



HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft

Fachhochschule Ostschweiz
University of Applied Sciences

Der Tourismus im Kanton Graubünden. Wertschöpfungsstudie.

Daniel Bühler und Ruedi Minsch

Vorwort

Das Institut für Tourismus und Freizeit (ITF) an der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Chur wurde im Herbst 2003 vom Amt für Wirtschaft und Tourismus (AWT) des Kantons Graubünden beauftragt, die Bedeutung des Tourismus in den einzelnen Bündner Regionen zu untersuchen.

Das Zusammentragen aller für die Studie erforderlichen Informationen war aber nur möglich, weil uns viele Personen und Organisationen unterstützt haben. Eine Untersuchung der touristischen Wertschöpfung erfordert zum einen den Einbezug von verschiedensten sekundären Datenquellen. Hier möchten wir uns bei allen bedanken, die uns betriebsinterne Statistiken oder anderes statistisches Zahlenmaterial geliefert haben. Zum anderen sind umfangreiche Primärerhebungen notwendig. An dieser Stelle möchten wir uns bei allen herzlich bedanken, die einen Fragebogen ausgefüllt oder ihre wertvolle Zeit für ein Interview zur Verfügung gestellt haben.

Die Primärerhebungen wurden teilweise durch Studierende der HTW Chur durchgeführt. Im Rahmen des Faches „Angewandte Statistik“ arbeiteten die Studierenden des Betriebsökonomie-Studienganges intensiv am Projekt ‚Touristische Wertschöpfung in Graubünden‘. Wir bedanken uns hiermit bei den Klassen BVZ3a (2003/2004), BVZ3b (2003/2004) und BTZ5 (2003/2004) für ihren Einsatz.

Chur, November 2004

Ruedi Minsch, Dr. oec. HSG
Daniel Bühler

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse	5
1 Einleitung.....	7
1.1 Zielsetzung und Aufbau der Untersuchung	7
1.2 Definitionen	8
1.2.1 Gast.....	8
1.2.2 Erwerbstätige	9
1.2.3 Wertschöpfung	10
1.2.4 Direkter und indirekter Wertschöpfungsanteil des Tourismus	11
1.2.5 Gliederung der tourismusrelevanten Branchen.....	12
1.2.6 Regionen.....	14
2 Methodisches Vorgehen	15
2.1 Grundsätzliche Vorgehensweise.....	15
2.2 Versand und Rücklauf	17
2.3 Schätzmethode im Detail.....	19
2.4 Gesamtwirtschaftliche Tourismuswertschöpfung	23
3 Resultate: Vergleiche der Branchen	25
3.1 Touristische Leistungsträger.....	25
3.1.1 Einleitung und Übersicht.....	25
3.1.2 Beherbergungsgewerbe	27
3.1.3 Gaststättengewerbe	27
3.1.4 Eisenbahnen	28
3.1.5 Bergbahnen (Spezialbahnen).....	28
3.1.6 Personenstrassenverkehr und übriger Personenverkehr	29
3.1.7 Reisebüros	29
3.1.8 Tourismusvereine	29
3.1.9 Unterhaltung, Kultur, Sport	30
3.2 Tourismusverwandte Branchen	30
3.2.1 Einleitung und Übersicht.....	30
3.2.2 Detailhandel	32
3.2.3 Grosshandel.....	33
3.2.4 Nachrichtenübermittlung.....	33
3.2.5 Banken	33
3.2.6 Versicherungen	34
3.2.7 Dienstleistungen für Unternehmen.....	34
3.2.8 Persönliche Dienstleistungen.....	34
3.2.9 Garagengewerbe, Tankstellen.....	34
3.2.10 Energie- und Wasserversorgung	35
3.2.11 Abwasser, Abfallbeseitigung und Entsorgung.....	35
3.2.12 Baugewerbe	36
3.2.13 Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie	36
3.2.14 Landwirtschaft	36
3.2.15 Verlags- und Druckgewerbe	37
3.2.16 Vermietung von Mobilien	37
3.2.17 Unterrichtswesen.....	37
3.2.18 Gesundheitswesen	38
3.2.19 Öffentliche Verwaltung.....	38
3.3 Immobilienwesen.....	38

4	Vergleich der Regionen	40
4.1	Einleitung und Übersicht.....	40
4.2	Bündner Rheintal.....	42
4.3	Prättigau.....	43
4.4	Davos.....	43
4.5	Schanfigg	44
4.6	Mittelbünden.....	45
4.7	Viamala	45
4.8	Surselva	46
4.9	Unterengadin.....	46
4.10	Oberengadin	47
4.11	Südbünden.....	48
5	Die Bedeutung des Tourismus für den Kanton Graubünden	49
5.1	Zusammensetzung der touristischen Wertschöpfung.....	49
5.2	Arbeitskräfte im Tourismus	51
5.3	Vergleich mit anderen Schweizer Tourismuskantonen.....	52
	Abbildungsverzeichnis	56
	Tabellenverzeichnis.....	56
	Literaturverzeichnis.....	57

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Die Bedeutung des Tourismus für die Bündner Wirtschaft ist beachtlich. Rund 29.8 Prozent der kantonalen Bruttowertschöpfung wird direkt oder indirekt durch den Tourismus erwirtschaftet. Von der gesamten Bruttowertschöpfung in Graubünden im Jahre 2003 (10.2 Mrd. CHF) steuerte der Tourismus total rund 3.04 Mrd. CHF bei.

Die grösste touristische Abhängigkeit weisen die Branchen Tourismusvereine, Reisebüros, Beherbergungsgewerbe, Bergbahnen, Eisenbahnen, Unterhaltung, Kultur und Sport, Gaststättengewerbe und der Personenstrassenverkehr auf, deren Wertschöpfung zwischen 42.8 und 100 Prozent auf den Tourismus zurückzuführen ist. Diese so genannten touristischen Leistungsträger erzielen zusammen 1.06 Mrd. CHF touristische Bruttowertschöpfung und steuern einen Anteil von rund 35 % an die Tourismuswertschöpfung in Graubünden bei. Der grösste Beitrag (rund 550 Mio. CHF) liefert dazu erwartungsgemäss das Beherbergungsgewerbe.

Allerdings profitieren neben den touristischen Leistungsträgern etliche weitere Branchen vom Tourismus. Bei den tourismusverwandten Branchen steuern vor allem der Detailhandel (224 Mio. CHF), die Banken (215 Mio. CHF) und das Baugewerbe (211 Mio. CHF) einen wesentlichen Beitrag zur touristischen Wertschöpfung in Graubünden bei. Die Immobilienbranche und private Personen, die Wohnungen vermieten oder selbst nutzen, generieren sogar rund 389.5 Mio. CHF der touristischen Wertschöpfung.

Etwa 69.1 % der touristischen Wertschöpfung in Graubünden wird direkt durch Umsätze von Gütern und Dienstleistungen mit Gästen generiert. Rund 15.6 % entfallen auf die indirekte touristische Wertschöpfung, d.h. Leistungen, die Unternehmen in Graubünden für touristische Unternehmen erbringen. In derselben Grössenordnung (15.3 %) liegt der Einkommenseffekt. Dieser ist darauf zurückzuführen, dass Personen, die dank dem Tourismus (direkt oder indirekt) beschäftigt sind, einen Teil des Einkommens wieder in der Region ausgeben.

Die einzelnen Regionen hängen unterschiedlich stark vom Tourismus ab. Der touristische Wertschöpfungsanteil beträgt für die Spitzenreiter Schanfigg 67.2 %, Oberengadin 65.7 %, Davos 55.5 %, Mittelbünden 53.8 % und Unterengadin 52.1 %. Weniger stark auf den Tourismus ausgerichtet sind die regionalen Wirtschaften der Surselva (38.4 %), des Prättigaus (28.8 %) und der Südtäler (20.9 %). In diesen Regionen ist der Tourismus zwar immer noch von grosser Bedeutung, aber deren Ökonomien sind besser diversifiziert. Die geringste touristische Abhängigkeit weist das Bündner Rheintal (11.2 %) und die Region Viamala (15.5 %) auf.

Der Beitrag, den jede Region an die kantonale Tourismuswertschöpfung leistet, bestimmt sich durch den Tourismusanteil und die Stärke der regionalen Wirtschaft. Die grösste touristische Wertschöpfung wird im Oberengadin (744.9 Mio. CHF) erzielt. Erstaunlicherweise steuert das Bündner Rheintal, obwohl es einen relativen kleinen Tourismusanteil aufweist, mit 490.6 Mio. CHF den zweitgrössten Beitrag zur gesamten Tourismuswertschöpfung im Kanton bei. Das Bündner Rheintal liegt damit noch vor der Region Surselva (436.2 Mio. CHF) oder der Landschaft Davos (352.8 Mio. CHF).

Das Bündner Rheintal weist noch eine Besonderheit auf. Die touristische Wertschöpfung wird hier stärker durch Vorleistungen für touristische Unternehmen und Investitionen als in jeder anderen Region erzielt. Während im Rheintal rund ein Viertel der touristischen Wertschöpfung auf Vorleistungen und Investitionen zurückzuführen ist, liegt dieser Anteil in den bekanntesten Tourismusregionen lediglich zwischen rund einem Achtel (Davos, Schanfigg) und einem Siebtel (Oberengadin). Diese Zahlen weisen darauf hin, dass das Rheintal stark von der hohen Tourismusintensität in den anderen Regionen profitieren kann.

Die grosse touristische Bruttowertschöpfung in Graubünden widerspiegelt sich in einem hohen touristischen Beschäftigtenanteil. Die touristische Beschäftigung beläuft sich im zweiten und dritten Sektor (ohne Landwirtschaft) auf rund 24'000 Vollzeitäquivalente bzw. rund 29'000 Erwerbstätige. Der Tourismus beschäftigt in diesen Sektoren direkt oder indirekt rund 30 Prozent der Erwerbstätigen in Graubünden.

1 Einleitung

1.1 Zielsetzung und Aufbau der Untersuchung

Die touristische Wertschöpfung ist für den Kanton Graubünden von grosser volkswirtschaftlicher Bedeutung. Zum einen erwirtschaften touristische Leistungsträger, wie Beherbergungs- oder Gaststättengewerbe direkt ein erhebliches Mass an Wertschöpfung mit Gästen. Doch auch Branchen, die gemeinhin nicht dem Tourismus zugeordnet werden wie Detailhandel, Banken, Baugewerbe usw., verkaufen einen Teil ihrer Produkte und Dienstleistungen an Gäste. Zum anderen profitieren viele Bündner Betriebe vom Tourismus, in dem sie touristische Unternehmen beliefern können (Vorleistungen und Investitionen). Der Tourismus generiert hier indirekt eine zusätzliche Wertschöpfung. Direkte oder indirekte touristische Wertschöpfung üben denn auch einen wesentlichen Einfluss auf die Nachfrage nach Arbeitskräften oder auf die Höhe der Steuereinnahmen der öffentlichen Hand in den verschiedenen Regionen aus.

Die Tatsache, dass die touristische Wertschöpfung in verschiedenen Branchen erzielt wird, erschwert die konkrete Berechnung der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus. Die touristische Wertschöpfung wird nicht statistisch erfasst, sondern ist Teil der Wertschöpfung der einzelnen Branchen. Mit anderen Worten ist der Tourismus eine so genannte Querschnittsbranche.

Diese Problematik verunmöglicht, dass sich interessierte Kreise rasch ein Bild davon machen können, wie hoch die touristische Wertschöpfung in den einzelnen Kantonen und Regionen ist. Um das Informationsdefizit zu korrigieren, wurden in der Vergangenheit zahlreiche und umfangreiche Untersuchungen durchgeführt. Bezogen auf den Kanton Graubünden wurden in den letzten Jahren für verschiedene Subregionen (Mittelbünden, Bündner Herrschaft, Arosa), für punktuelle Anlässe (FIS Ski-WM St. Moritz) oder für einzelne Branchen (Bergbahnen) die touristische Wertschöpfung ermittelt. Auf nationaler Ebene sind vor allem die Wertschöpfungsstudien der Kantone Wallis, Bern und Basel-Land zu erwähnen.

Die in Graubünden durchgeführten Untersuchungen generierten wichtige Informationen bezüglich der Bedeutung des Tourismus für regionale Ökonomien. Allerdings waren die Untersuchungen notgedrungen ad hoc, d.h. es waren Momentaufnahmen der touristischen Wertschöpfung innerhalb eines klar abgegrenzten Untersuchungsbereiches.

Zielsetzung der vorliegenden Studie ist es nun, in einer systematischen Untersuchung die Bedeutung des Tourismus für die einzelnen Regionen des Kantons Graubünden abzuschätzen. Die in dieser Arbeit dargestellten Resultate ermöglichen es erstmals, die einzelnen Regionen (und Branchen) hinsichtlich ihrer touristischen Wertschöpfung miteinander zu vergleichen.

Die Studie gliedert sich wie folgt. In diesem Abschnitt definieren wir die verwendeten Begriffe wie Gast, direkte und indirekte Tourismuswertschöpfung, touristische Leistungsträger etc. Abschnitt 2 der Arbeit gibt Auskunft über die prinzipielle Vorgehensweise, quantifiziert auf Branchenebene die eingesetzten Datenerhebungsinstrumente und den Rücklauf und zeigt auf, wie die Resultate geschätzt worden sind. Abschnitt 3 und 4 präsentieren die Ergebnisse der Untersuchung. Während wir im dritten Abschnitt die Resultate auf Branchenebene analysieren, gehen wir in Abschnitt 4 auf die Bedeutung des Tourismus für die einzelnen Bündner Regionen ein. Im letzten Abschnitt wird die Tourismusintensität der Bündner Wirtschaft betrachtet. Weiter werden die Auswirkungen des Tourismus auf die Anzahl der Arbeitsplätze untersucht.

1.2 Definitionen

1.2.1 Gast

Der Tourismus stellt ein Sammelbegriff für verschiedenste wirtschaftliche Aktivitäten in einem Land dar. Gemäss den internationalen Vorgaben setzt der Begriff des Tourismus auf der Stufe des Individuums an und umfasst „die Konsumaktivitäten von Personen, die an Orte ausserhalb ihrer *gewohnten* Umgebung reisen und sich dort höchstens ein Jahr zu Urlaubs-, geschäftlichen oder sonstigen Zwecken aufhalten“ (Berwert et al. 2003, 23). Üblicherweise werden diese Personen als *Gäste* bezeichnet. Seltener finden sich dafür die Bezeichnungen Touristen oder BesucherInnen.

Eine Person muss somit drei Kriterien erfüllen, damit sie als Gast betrachtet wird. Erstens muss sie sich ausserhalb ihrer gewohnten Umgebung aufhalten. Zweitens darf die Zeitdauer des Aufenthaltes ein Jahr nicht übersteigen und drittens gilt der Aufenthalt bestimmten Zwecken. Wie Abbildung 1 zeigt, sind aber nicht alle Reisende auch Gäste. Beispielsweise werden Grenzgänger, Militärangehörige oder Diplomaten nicht zu den Gästen gezählt. Auch diese Personen halten sich ausserhalb ihrer gewohnten Umgebung auf, der Aufenthaltszweck besteht aber primär in der Erzielung eines Verdienstes. Während somit Reisende aus beruflichen Gründen, die eine Leistungserbringung vor Ort vorsehen, nicht als Gäste gezählt werden, werden Kongress- oder Tagungsbesucher als Gäste betrachtet. Der Grossteil der Gäste wird Graubünden aber zwecks Freizeit oder Erholung aufsuchen. Dazu gehören Gäste in Hotels und in der Parahotellerie, aber auch die Eigentümer einer Ferienwohnung. Ebenfalls zu den Gästen zählen Personen, die Freunde oder Bekannte besuchen, hier studieren oder die sich aus gesundheitlichen Gründen in Graubünden aufhalten.

Gäste aus der übrigen Schweiz (inländische Gäste) und aus dem Ausland (internationale Gäste) lassen sich ferner in Übernachtungsgäste und Tagesgäste unterteilen (vgl. Abbildung 1). Tagesgäste sind alle Gäste, die sich in einer Region von Graubünden aufhalten, ohne jedoch dort zu übernachten. Übernachtungsgäste hingegen sind nur diejenigen Personen, die auch in einer Region des Kantons übernachten.

Im Rahmen dieser Untersuchung definieren wir die gewohnte Umgebung einer im Kanton wohnhaften Person als den gesamten Kanton Graubünden. Mit anderen Worten zählen in Graubünden ansässige Personen *nicht* zu den Gästen.¹ Zudem weichen wir von der Definition der Gäste in einem Punkt ab: Obwohl sich eine Person höchstens ein Jahr in einem Land aufhalten darf, damit sie als Gast aufgefasst wird, zählen wir ohne weitere Abklärungen der konkreten Aufenthaltsdauer alle Studierenden mit Wohnsitz ausserhalb Graubündens zu den Gästen.

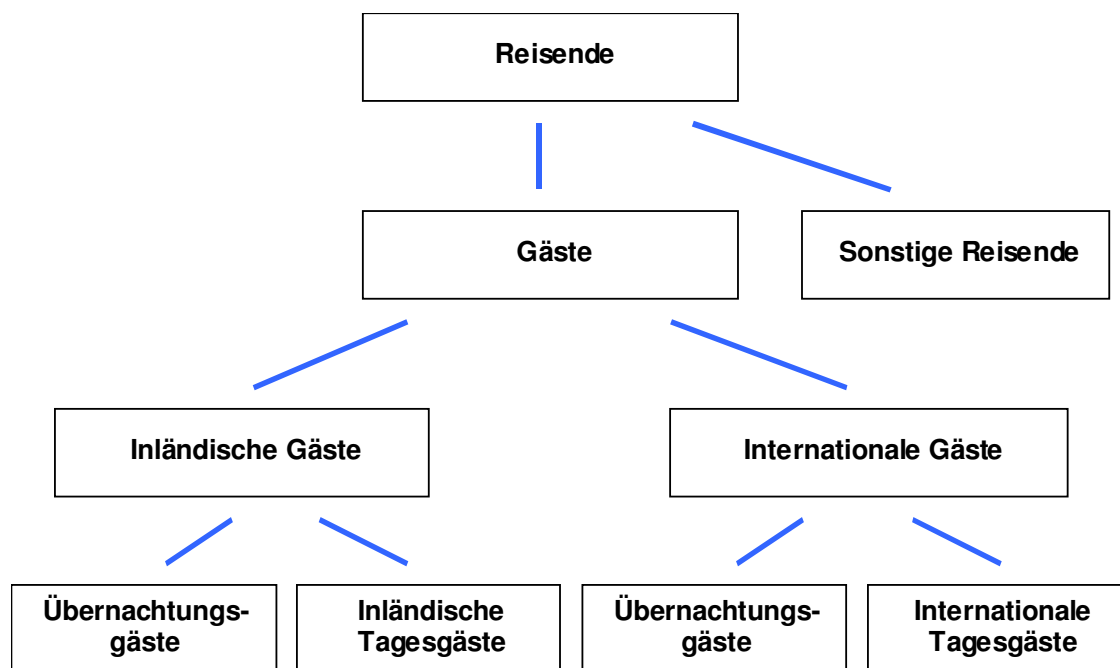


Abbildung 1: Definitionen Gäste
(Quelle: Vgl. Berwert et al. 2003, 25)

1.2.2 Erwerbstätige

Die Zahl der Arbeitskräfte in einer Untersuchungseinheit wird üblicherweise mit den Begriffen „Beschäftigte“ oder „Erwerbstätige“ angegeben. Letzterer Begriff wird folgendermassen definiert (www.bfs.admin.ch):

¹ Diese relativ grossflächige Abgrenzung wurde deswegen gewählt, weil die einzelnen Regionen des Kantons verhältnismässig klein und daher interregionale Transaktionen häufig sind. Es wäre nicht praktikabel, diese vielen Transaktionen genau jeweils einer bestimmten Region zuzuweisen. Beispielsweise kann nicht erfasst werden, welche Umsätze Personen aus der Surselva im Bündner Rheintal generieren.

Als Erwerbstätige gelten Personen im Alter von mindestens 15 Jahren, die während der Referenzwoche

- mindestens eine Stunde gegen Entlohnung gearbeitet haben;
- oder trotz zeitweiliger Abwesenheit von ihrem Arbeitsplatz (wegen Krankheit, Ferien, Mutterschaftsurlaub, Militärdienst usw.) weiterhin eine Arbeitsstelle als Selbständigerwerbende oder Arbeitnehmende hatten;
- oder unentgeltlich im Familienbetrieb mitgearbeitet haben.

Die Zahl der Erwerbstätigen ist somit nicht mit der Zahl der Stellen gleichzusetzen. Um eine Verwirrung zwischen Teil- und Vollzeitstellen zu vermeiden, werden die Teilzeitstellen in so genannte Vollzeitäquivalente umgerechnet. Die Beschäftigtenzahl wird üblicherweise in Vollzeitäquivalenten angegeben.

1.2.3 Wertschöpfung

Um die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus zu erfassen, benötigen wir eine Grösse, welche die wirtschaftliche Leistung eines Unternehmens, einer Branche oder einer Region in einem bestimmten Zeitraum widerspiegelt. Der Umsatz scheidet als Grösse aus, weil er auch die von anderen Unternehmen produzierten Vorleistungen enthält. Demgegenüber ist der Gewinn kein Mass für die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, da eine Unternehmung weitere Leistungen wie etwa die Auszahlung der Löhne erbringt.

Die wirtschaftliche Leistung bemisst sich aufgrund der Wertschöpfung, die eine Unternehmung in einem bestimmten Zeitraum generiert. Wie bei der Berechnung der Mehrwertsteuerabgaben sind also nur die *selbsterbrachten Leistungen* von Interesse.

Als *Bruttowertschöpfung* bezeichnet man die Differenz zwischen den selbst erbrachten Leistungen eines Produzenten und den von anderen Produzenten bezogenen Vorleistungen. Wie Abbildung 2 verdeutlicht, beinhaltet die Bruttowertschöpfung auch die Abschreibungen. Die Differenz zwischen Bruttowertschöpfung und Abschreibungen bezeichnet man als *Nettowertschöpfung*. Diese kann auf die verschiedenen Anspruchsgruppen (Mitarbeiter, Staat, Fremdkapitalgeber, Eigenkapitalgeber und Unternehmung) aufgeteilt werden (Guhl et al. 1996, 10, siehe auch Eisenhut 2004, 71ff.).

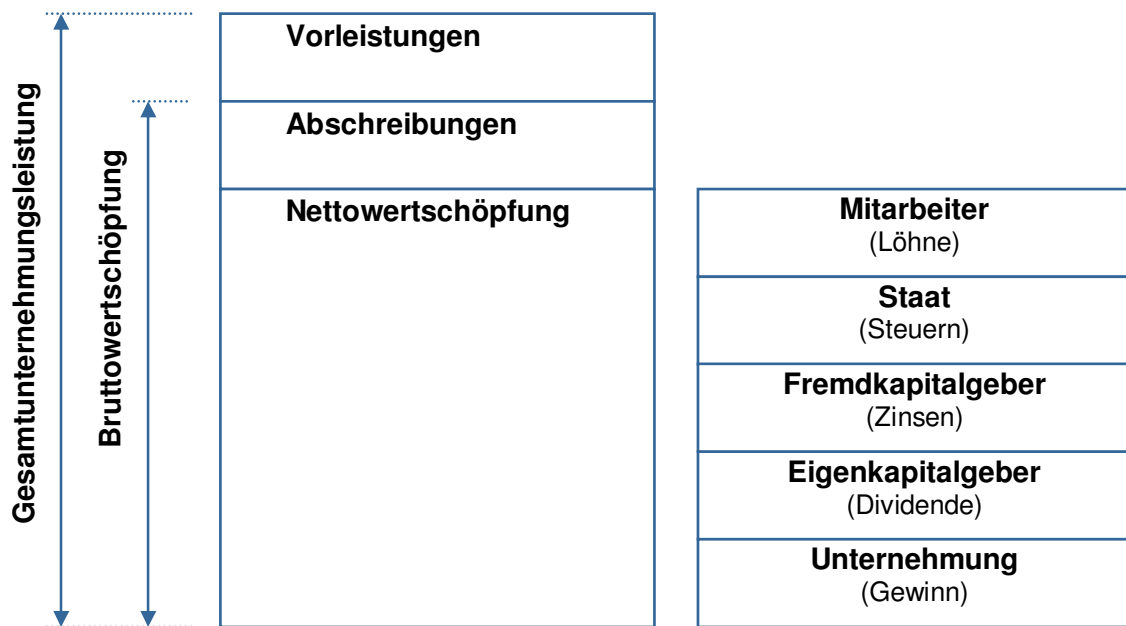


Abbildung 2: Gesamtunternehmungsleistung, Brutto- und Nettowertschöpfung
(Quelle: Guhl et al. 1996, 10)

Zentral für unsere Untersuchung ist nun, wie gross der Anteil der *touristischen* Wertschöpfung an der gesamten Wertschöpfung einer Branche oder einer Region ist.

1.2.4 Direkter und indirekter Wertschöpfungsanteil des Tourismus

Die Wertschöpfung, die durch den Tourismus generiert wird, kann auf zwei unterschiedliche Ursachen zurückgeführt werden. Auf der einen Seite kann eine touristische Wertschöpfung dadurch erzielt werden, dass Leistungen direkt für den Gast erstellt werden. Die entsprechende Wertschöpfung wird als *direkte touristische Wertschöpfung* bezeichnet. Beispielsweise erwirtschaften Unternehmen durch den Verkauf von Mahlzeiten oder Übernachtungen sowie durch den Verkauf von Tageskarten an Gäste einen Teil ihrer gesamten Wertschöpfung. Das zentrale Element bei der direkten touristischen Wertschöpfung ist also, dass der Gast der Nachfrager einer in einer Region erstellen Leistung ist.

Bei der *indirekten touristischen Wertschöpfung* hingegen wird eine Leistung an eine gebietsansässige touristische Unternehmung verkauft. Diese tritt dann als Anbieter gegenüber dem Gast auf. Beispielsweise beliefert der Detail- und Grosshandel Hotels mit Nahrungsmitteln, die hier weiterverarbeitet werden und schliesslich an die Gäste verkauft werden.

Sowohl bei der direkten als auch bei der indirekten touristischen Wertschöpfung handelt es sich immer um Anteile an der gesamten Wertschöpfung.

1.2.5 Gliederung der tourismusrelevanten Branchen

Die Abhängigkeit der einzelnen Branchen vom Tourismus ist sehr unterschiedlich. Eine erste Gruppe von Branchen ist relativ eng mit dem Tourismus verbunden und ist für die touristische Leistungserstellung von grosser Bedeutung (vgl. Tabelle 1). Zu diesen so genannten *touristischen Leistungsträgern* gehören die Branchen Beherbergungsgewerbe, Gaststättengewerbe, Eisenbahnen, Bergbahnen (Spezialbahnen), Personenverkehr und übriger Personenverkehr (z.B. Luftfahrt und Hilfstätigkeiten für den Verkehr), Reisebüros, Tourismusvereine sowie Unterhaltung, Kultur und Sport (Berwert et al. 2001, 27). Mit Ausnahme der Tourismusvereine entsprechen die einzelnen Branchen der allgemeinen Systematik der Wirtschaftszweige (NOGA) des Bundesamtes für Statistik. Bei den touristischen Leistungsträgern treten i.d.R. nur Gäste als touristische Nachfrager auf. Mit Ausnahme des übrigen Personenverkehrs, der Reisebüros und Tourismusvereine erbringen die Unternehmen dieser Branchen keine touristischen Dienstleistungen (Vorleistungen) für andere Unternehmen. Mit anderen Worten weisen diese touristischen Leistungsträger nur einen direkten und keinen indirekten touristischen Anteil auf.

Eine zweite Gruppe von Branchen ist mit dem Tourismus verwandt, allerdings ist die touristische Abhängigkeit i.d.R. bedeutend weniger ausgeprägt als bei den touristischen Leistungsträgern. Viele Unternehmen dieser Branchen weisen neben einem direkten auch einen indirekten touristischen Anteil auf. Zu den *Tourismusverwandten Wirtschaftszweigen* zählen etwa der Detail- und Grosshandel, die Nachrichtenübermittlung, die Banken oder das Baugewerbe. Weitere Branchen sind in Tabelle 1 mit dem entsprechenden Noga-Code aufgeführt².

Eine Sonderstellung nimmt das Immobilienwesen ein. Hier gilt es zwischen der Immobilienbranche und der Nutzung bzw. Vermietung von Immobilien durch Privatpersonen zu unterscheiden. In der Immobilienbranche sind es die professionellen Anbieter, die z.B. Wohnungen und Häuser an Gebietsansässige oder Gäste vermieten. Insbesondere in Ferienregionen ist der Anteil an Objekten, die direkt an Gäste vermietet werden, üblicherweise hoch. Aus diesem Grunde wird die Immobilienbranche häufig zu den touristischen Leistungsträgern gezählt (siehe Berwert et al. 2001).

Die touristische Wertschöpfungsrechnung hat aber auch zu berücksichtigen, dass neben Unternehmen auch natürliche Personen Ferienwohnungen und –häuser vermieten oder diese selbst nutzen. Dabei sind drei Fälle zu berücksichtigen. Erstens kann ein Objekt vom ortansässigen Eigentümer an Gäste vermietet werden. Zweitens kann ein gebietsfremder Eigentümer seine Ferienwohnung bzw. sein Ferienhaus an Gäste untervermieten und drittens kann der gebietsfremde Eigentümer sein Objekt selbst nutzen. In allen Fällen entsteht touristische Wertschöpfung.

Der in dieser Studie verwendete Begriff des Immobilienwesens umfasst nun sowohl die Immobilienbranche als auch die Nutzung und Vermietung von Immobilien durch Privatpersonen.

² Die Bezeichnungen, die in dieser Studie verwendet werden, wurden gegenüber der NOGA-Klassifikation teilweise vereinfacht.

Eine vierte Gruppe von Branchen weist keine bzw. eine vernachlässigbare Tourismusrelevanz auf. Einige Branchen aus Industrie und Gewerbe, wie die chemische Industrie oder der Maschinenbau, gelten als nicht touristisch. Kaum eine touristische Bedeutung weisen zudem die Forschung und Entwicklung oder exterritoriale Organisationen und Körperschaften auf. Diese Branchengruppen wurden in dieser Studie nicht auf die touristische Abhängigkeit untersucht.

Tabelle 1: Gliederung der tourismusrelevanten Branchen

Branchen	Noga-Code
<i>Touristische Leistungsträger</i>	
Beherbergungsgewerbe	55.1 / 55.2
Gaststättengewerbe	55.3 / 55.4 / 55.5
Eisenbahnen	60.1
Bergbahnen (Spezialbahnen)	60.21C
Personenstrassenverkehr, übriger Personenverkehr	60.2 / 63
Reisebüros	63.3
Tourismusvereine	63.3
Unterhaltung, Kultur, Sport	92
<i>Tourismusverwandte Branchen</i>	
Detailhandel	52
Grosshandel	51
Nachrichtenübermittlung	64
Banken	65
Versicherungen	66
Dienstleistungen für Unternehmen	74
Persönliche Dienstleistungen	93
Garagengewerbe, Tankstellen	50
Energie- und Wasserversorgung	40 / 41
Abwasser, Abfallbeseitigung und Entsorgung	90
Baugewerbe	45
Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie	15
Landwirtschaft	01
Verlags- und Druckgewerbe	22
Vermietung von Mobilien	71
Unterrichtswesen	80
Gesundheitswesen	85
Öffentliche Verwaltung	75
<i>Immobilienwesen</i>	
Immobilienbranche	70
Nutzung und Vermietung von Immobilien durch Privatpersonen	95

1.2.6 Regionen

Die Regionen der kantonalen Volkswirtschaft wurden in Übereinstimmung mit anderen Publikationen definiert (vgl. Durchblick 2003). Der Kanton Graubünden gliedert sich in die folgenden 10 Regionen:

- Bündner Rheintal
- Prättigau
- Davos
- Schanfigg
- Mittelbünden
- Viamala
- Surselva
- Oberengadin
- Unterengadin
- Südtäler (Südbünden)

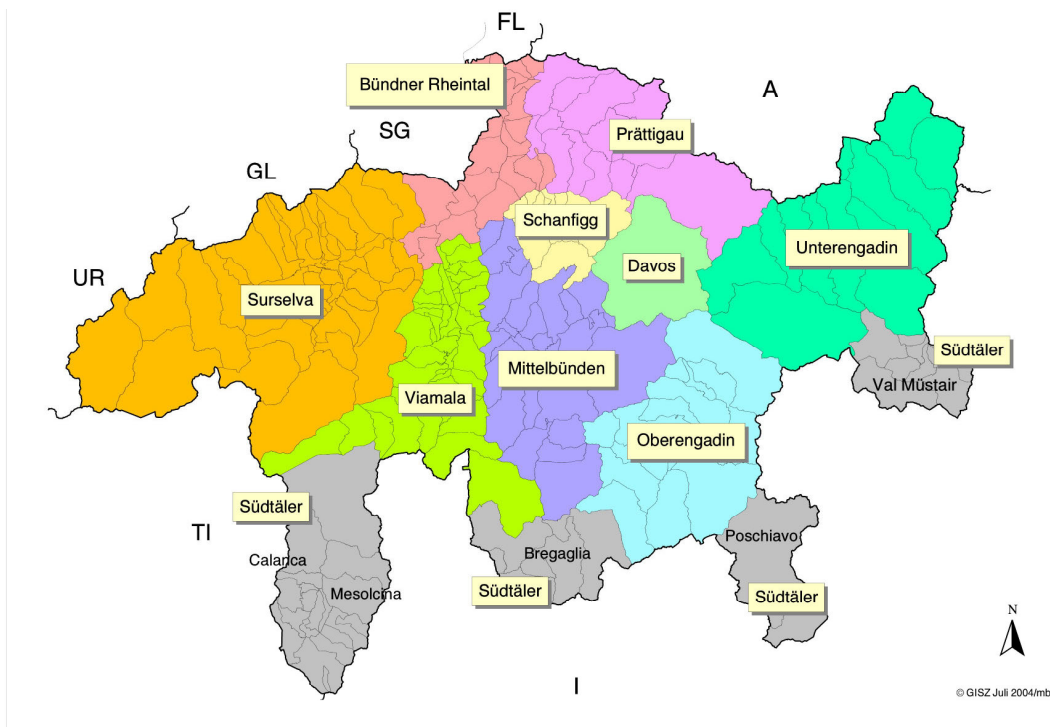


Abbildung 3: Die Regionen des Kantons Graubünden
(Quelle: Kanton Graubünden; GISZ)

Wie obige Grafik zeigt, umfasst die Region Viamala die Subregionen Heinzenberg/Domleschg und Hinterrhein. Die Subregionen Calanca, Misox, Bregaglia, Poschiavo und Münstertal sind unter der Bezeichnung Südtäler (Südbünden) zusammengefasst.

Sämtliche Erhebungen (Primär- und Sekundärerhebungen) sowie alle Auswertungen wurden bis auf Stufe Regionen, diverse sogar bis auf Stufe Subregionen vorgenommen. Ausgewiesen werden die regionalen Ergebnisse.

2 Methodisches Vorgehen

2.1 Grundsätzliche Vorgehensweise

Der Tourismus ist eine Querschnittsbranche, die sich aus Teilen verschiedener Branchen zusammensetzt. Eine direkte Berechnung der touristischen Wertschöpfung ist daher nicht möglich. Vielmehr müssen direkte und indirekte Tourismusanteile in den einzelnen Branchen und Regionen geschätzt werden. Die in der Vergangenheit in der Schweiz durchgeführten Wertschöpfungsstudien orientierten sich in der Regel an dem Leitfadensystem ‚Wertschöpfer Tourismus‘ von Rütter, Guhl und Müller (Guhl et al. 1996). Das zentrale Element dieser kanonisierten Vorgehensweise ist die Aufteilung in eine angebotsseitige und eine nachfrageseitige Berechnung. Es wird vorgeschlagen, beide Berechnungsweisen durchzuführen, um allfällige Fehler oder Unstimmigkeiten aufdecken zu können.

Eine solche Untersuchungsmethode war in unserem Fall zum einen aus Kostengründen nicht realisierbar. Zum anderen spricht die gewählte Regionalisierung gegen eine nachfrageseitige Berechnung der Tourismuswertschöpfung. Weil die Regionen im Vergleich zu anderen Studien relativ kleinmaschig definiert worden sind, wäre eine nachfrageseitige Schätzung mit erheblichen Schwierigkeiten verbunden. Beispielsweise benutzen Gäste in der Region Davos auch Transportanlagen, die in der Region Prättigau liegen oder kaufen dort ein. Dasselbe gilt für Gäste, die im Prättigau übernachten, aber in der Region Davos Ausgaben tätigen. Eine Gästenumfrage müsste so detailliert ausgestaltet sein, dass eine exakte Zuweisung der Ausgaben zu den Regionen möglich wäre. Dies ist allerdings kaum praktikabel.

Aus diesem Grunde konzentriert sich die vorliegende Untersuchung auf eine rein *angebotsorientierte* Berechnung der touristischen Wertschöpfung. Der Nachteil dieser Vorgehensweise ist offensichtlich, dass die nachfrageseitige Berechnung der touristischen Wertschöpfung fehlt, um die angebotsseitigen Ergebnisse zu plausibilisieren. Dieses Manko sollte allerdings nicht allzu schwer wiegen, da umfangreiche Vorarbeiten aus anderen Kantonen zu Vergleichen herangezogen werden können. Insbesondere die Walliser-Studie (Berwert et al. 2001) leistet hier wertvolle Dienste, da der Kanton Wallis ebenfalls ein tourismusgeprägter Bergkanton mit einer ähnlichen Wirtschaftsleistung ist.

Die Berechnung der touristischen Wertschöpfung (und der Beschäftigung) erfolgt in fünf Schritten (vgl. Abbildung 4). Erstens verwendet die Studie die durch das BAK Basel Economics geschätzten regionalen Bruttowertschöpfungszahlen pro Branche und Region des Kantons Graubündens.³ In einer umfangreichen Primärerhebung wurden nun im zweiten Schritt die direkten und indirekten Tourismusanteile in

³ Da das Bundesamt für Statistik (BFS) weder kantonale noch regionale Bruttowertschöpfungszahlen veröffentlicht, müssen diese von Dritten geschätzt werden. Die vorliegende Untersuchung verwendet Daten des regionalen Bruttoinlandsprodukts (BIP) sowie der regionalen Erwerbstätigen, welche durch die BAK Basel Economics geschätzt worden sind. Informationen zu den regionalen Wirtschaftsstrukturen sind der Publikation „Weitblick 2005, Prognosen Graubünden 2004-2005“ zu entnehmen.

Prozent pro Branche und Region ermittelt. Die indirekten Anteile beinhalten die Vorleistungen und Investitionen, ohne noch einen Einkommenseffekt zu berücksichtigen. Die Multiplikation der Anteile mit der Bruttowertschöpfung ergibt im dritten Schritt die touristische Wertschöpfung in Mio. CHF. Im vierten Schritt wird der Einkommenseffekt geschätzt. Dieser ergibt sich dadurch, dass Personen, die im Tourismus beschäftigt sind, einen Teil ihres Einkommens wieder in der Region ausgeben und somit zu einer weiteren Erhöhung der touristischen Wertschöpfung beitragen. Der fünfte Schritt berechnet schliesslich die indirekte Tourismuswertschöpfung aus Vorleistungen, Investitionen und Einkommenseffekt pro Region.

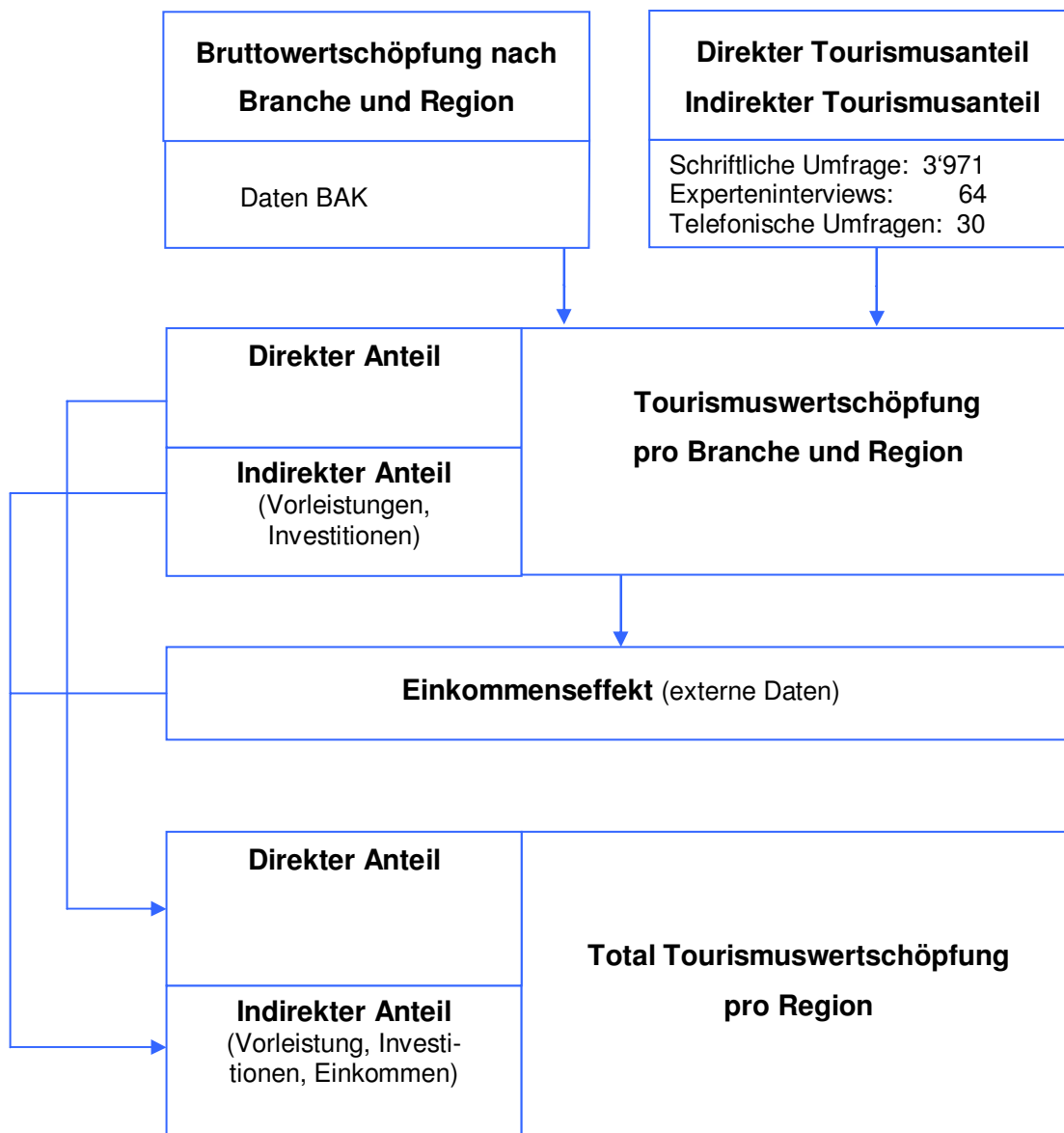


Abbildung 4: Berechnungs-Schritte der touristischen Wertschöpfung

2.2 Versand und Rücklauf

Die Untersuchung verwendet je nach Branche unterschiedliche Erhebungsinstrumente. Der Grossteil entfällt allerdings auf schriftliche Umfragen, die durch Studierende des Statistikkurses (BVZ3a, BVZ3b, BTZ5) zwischen Januar und Juni 2004 an der HTW Chur oder durch Institutsmitarbeiter durchgeführt wurden. Darüber hinaus verwendeten wir in verschiedenen Branchen mit wenigen Marktteilnehmern telefonische Interviews und Expertengespräche. Die nachfolgenden Tabellen legen dar, welches Erhebungsinstrument in welcher Branche zum Einsatz gelangte.

Tabelle 2: Datenerhebung nach Branchen; touristische Leistungsträger

Branchen	Methoden	Befragungen	Rücklauf	Rücklauf in %
Beherbergungsgewerbe	Schriftliche Umfrage	306	278	90.8
Gaststättengewerbe	Schriftliche Umfrage	788	105	13.3
Eisenbahnen	Experteninterview	4		
Bergbahnen (Spezialbahnen)	Schriftliche Umfrage	59	42	71.1
	Experteninterview	3		
Personenstrassenverkehr, übriger Personenverkehr	Schriftliche Umfrage	62	23	37.1
	Experteninterview	4		
Reisebüros	Experteninterview	4		
Tourismusvereine	Schriftliche Umfrage	84	44	52.3
Unterhaltung, Kultur, Sport	Schriftliche Umfrage	175	49	28.0

Tabelle 3: Datenerhebung nach Branchen; tourismusverwandte Branchen

Branchen	Methoden	Befragungen	Rücklauf	Rücklauf in %
Detailhandel	Schriftliche Umfrage	65	29	44.6
	Experteninterview	4		
Grosshandel	Schriftliche Umfrage	54	20	37.0
	Experteninterview	5		
Nachrichtenübermittlung Banken	Experteninterview	5	9	37.5
	Schriftliche Umfrage	24		
Versicherungen	Experteninterview	3	9	47.4
	Schriftliche Umfrage	19		
Dienstleistungen für Unternehmen	Schriftliche Umfrage	717	217	30.3
	Experteninterview	3		
Persönliche Dienstleistungen	Schriftliche Umfrage	461	147	31.9
	Experteninterview	3		
Garagengewerbe, Tankstellen	Schriftliche Umfrage	240	104	43.3
	Experteninterview	4		
Energie- und Wasserversorgung	Schriftliche Umfrage	8	8	100.0
	Experteninterview	4		
Abwasser, Abfallbeseitigung und Entsorgung	Schriftliche Umfrage	792	332	41.9
	Experteninterview	4		
Baugewerbe	Schriftliche Umfrage	38	13	34.2
	Experteninterview	5		
Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie	Schriftliche Umfrage	4	12	48.0
	Experteninterview	4		
Landwirtschaft	Schriftliche Umfrage	25	12	48.0
	Telefonische Umfrage	8		
Verlags- und Druckgewerbe	Experteninterview	2	8	
	Telefonische Umfrage	8		
Vermietung von Mobilien	Experteninterview	1		
	Telefonische Umfrage	14		
Unterrichtswesen	Experteninterview	3		
	Telefonische Umfrage	3		
Gesundheitswesen	Experteninterview	1		
	Telefonische Umfrage	14		
Öffentliche Verwaltung	Experteninterview	3		
	Telefonische Umfrage	3		

Tabelle 4: Datenerhebung nach Branchen; Immobilienwesen

Branche	Methoden	Befragungen	Rücklauf	Rücklauf in %
Immobilienbranche / Nutzung und Vermietung von Immobilien durch Privatpersonen	Schriftliche Umfrage Experteninterview	54 9	27	50.0

Total wurden 3'971 schriftliche Fragebogen versandt, 30 telefonische Umfragen und 64 Experteninterviews durchgeführt. Die Fragebogen waren in deutscher und italienischer Sprache verfügbar. Insgesamt konnten wir 1'468 retournierte Fragebogen auswerten. Darin enthalten sind 50 von Unternehmen online ausgefüllte Fragebogen. Die Rücklaufquote der schriftlichen Umfrage betrug somit respektable 36.97 %.

2.3 Schätzmethode im Detail

Die Primärerhebung erfolgte gemäss Tabellen 2, 3 und 4 für die einzelnen Branchen mit unterschiedlichen Instrumenten (schriftliche Befragung, persönliche Interviews, telefonische Befragung). Das auf diese Weise erhobene Datenmaterial wurde nun für die Schätzung der tourismusinduzierten Wertschöpfungsanteile verwendet. Je nach Branche wurden allerdings unterschiedliche methodische Ansätze gewählt, die es im Folgenden darzulegen gilt.

Berechnungen auf Basis der schriftlichen Umfrageresultate

Für eine erste Gruppe von Branchen konnten die Tourismusanteile auf der Basis der Umfrageergebnisse direkt berechnet werden. Es handelt sich dabei um Branchen, deren Unternehmen ähnliche Güter- und Dienstleistungen anbieten oder eine vergleichbare touristische Ausrichtung aufweisen (Beherbergungs- und Gaststättengewerbe, Bergbahnen, Unterhaltung, Kultur und Sport, Dienstleistungen für Unternehmen, Persönliche Dienstleistungen, Baugewerbe, Garagengewerbe). Für die Schätzung der direkten und indirekten Tourismusanteile galt es zu berücksichtigen, dass auch in diesen Branchen die einzelnen Unternehmen unterschiedlich gross sind. Die Gewichtung der unternehmensspezifischen Angaben erfolgte mit Hilfe der Zahl der Mitarbeiter.

Für eine zweite Gruppe von Branchen sind die Unterschiede zwischen den einzelnen Anbietern sehr viel ausgeprägter. Beispielsweise werden im Detailhandel neben den Grossverteilern auch Sportartikelverkäufer, Boutiquen, Metzgereien etc. aufgeführt. Eine Boutique kann einen sehr viel höheren Tourismusanteil aufweisen als eine Metzgerei. Noch grössere Unterschiede etwa sind in der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie zu beobachten. Während der direkte Tourismusanteil für einen

Mineralwasserhersteller marginal ist, kann dieser für eine Fleischtrocknerei durchaus von grösserer Bedeutung sein. Für die Schätzung des Tourismusanteils der gesamten Branche sind somit nicht nur Grössenunterschiede, sondern auch strukturelle Unterschiede zwischen den Anbietern zu berücksichtigen. Neben dem Detailhandel und der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie ist diese Problematik auch in den Branchen Personenstrassenverkehr und Grosshandel anzutreffen.

Wir verwendeten für diese Branchen eine zweistufige Gewichtung. Erstens wurden die grössten Unternehmen in der jeweiligen Branche separat ausgeschieden. Mittels Mitarbeiterzahl wurde der kumulierte Branchenanteil ähnlicher Unternehmen (z.B. Anteil der Grossverteiler am Detailhandel) ermittelt. Zweitens wurden die Umfrageergebnisse (wie in der ersten Gruppe) nach der Zahl der Mitarbeiter gewichtet.

Schätzungen mit Hilfe von Experteninterviews und Sekundärdaten

Eine dritte Gruppe von Branchen ist gekennzeichnet durch eine relativ kleine Zahl an unabhängigen Unternehmen (Eisenbahnen, Banken, Versicherungen, Nachrichtenübermittlung, Energie- und Wasserversorgung sowie Verlags- und Druckgewerbe). Bei einer kleinen Zahl an Beobachtungen können Ausreisser nun leicht zu verzerrten Ergebnissen führen. Aus diesem Grund wurden in diesen Branchen zusätzlich zu einer schriftlichen Umfrage auch Experteninterviews durchgeführt und unternehmensinterne Statistiken der Marktteilnehmer verarbeitet.

Besondere Methoden wurden im Falle der Branchen Banken, Energie- und Wasserversorgung, Reisebüros und Tourismusvereine angewendet.

Bei der Berechnung der touristischen Wertschöpfung der *Banken* konnte der Umstand ausgenützt werden, dass die Untersuchung den Kanton Graubünden in 14 Regionen (inkl. 5 Südtäler) aufteilt. Mit 14 Beobachtungen im Querschnitt können statistische Methoden mit entsprechender Vorsicht eingesetzt werden. Zur Schätzung der direkten und indirekten touristischen Wertschöpfung verwendeten wir ein einfaches Regressionsmodell mit der Variable ‚Logiernächte pro Einwohner‘ als unabhängige Variable. Diese wurde auf den direkten bzw. indirekten Tourismusanteil der Banken (nach Grösse gewichteter regionaler Durchschnitt ohne Graubündner Kantonalbank) regressiert und die durch das Modell prognostizierten Anteile als Schätzungen verwendet.⁴ Anschliessend berechneten wir mit Hilfe dieser Schätzungen und den entsprechenden Zahlen der Graubündner Kantonalbank den direkten und den indirekten Tourismusanteil im Bankensektor.

Bei der Branche *Energie und Wasserversorgung* muss berücksichtigt werden, dass ein erheblicher Teil der Energieproduktion nicht in Graubünden nachgefragt, sondern exportiert wird. Um nun den direkten und indirekten Tourismusanteil dieser Branche zu bestimmen, ist ein Umweg über die Nachfrageseite nötig. Hier gilt es erstens in Erfahrung zu bringen, welcher Anteil der gesamten regionalen Nachfrage direkt auf Gäste (Ferienwohnungen, Eigentumswohnungen) und indirekt auf touristische Leistungsträger (Hotels, Bergbahnen) entfällt. Neben diesen Anteilen muss aber

⁴ Das einfache Modell konnte einen grossen Anteil der Varianz der abhängigen Variable erklären. Im Falle der Schätzung des direkten (indirekten) Tourismusanteils betrug das korrigierte R^2 0.80 (0.63) und der t -Wert 7.07 (4.44).

auch das absolute Niveau der touristischen Nachfrage in Mio. CHF bekannt sein. Nur so können schliesslich Tourismusanteile in Prozent der Branchenproduktion angegeben werden. Für das Prättigau standen alle diese erforderlichen Informationen zur Verfügung. Zur Schätzung der Tourismusanteile für die restlichen Regionen wurde nun ähnlich dem Bankensektor die Grösse ‚Logiernächte pro Einwohner‘ verwendet. Mit Hilfe dieser Grösse wurden die nachfrageseitigen Zahlen des Prättigaus auf die anderen Regionen übertragen. Schliesslich berechneten wir den Tourismusanteil pro Region, indem die Tourismuskategorie ins Verhältnis zur regionalen Energieproduktion gesetzt wurde. Da die Wassernachfrage weitgehend mit der Wasserproduktion übereinstimmt, ist hier der Berechnungsumweg nicht notwendig.

In Analogie zur Walliser-Studie (Berwert et al. 2003) wird bei den *Reisebüros und Tourismusvereinen* die gesamte Bruttowertschöpfung zu 100 % als touristisch betrachtet. Die direkten und indirekten Anteile der Bruttowertschöpfung der Tourismusvereine wurde in einer schriftlichen Umfrage erhoben, diejenige der Reisebüros mit Hilfe von Experteninterviews geschätzt.

Eine vierte Gruppe von Branchen beinhaltet Leistungen der öffentlichen Hand oder ist von dieser stark abhängig (Abwasser, Abfallbeseitigung und Entsorgung, Landwirtschaft, Unterrichtswesen, Gesundheitswesen, Öffentliche Verwaltung). Während die Berechnungen für das Unterrichtswesen und für die Landwirtschaft sich auf Experteninterviews und verfügbare Statistiken abstützen, mussten die Tourismusanteile der restlichen Branchen aufwändiger geschätzt werden.

Im Falle der Branche *Abwasser, Abfallbeseitigung und Entsorgung* verwendeten wir die Entsorgungsmengen in den verschiedenen Gemeinden des Kantons.⁵ Ein erster Hinweis auf die Abfallmenge der Einheimischen gibt der abfallschwächste Monat. Allerdings halten sich selbst im Mai oder November einige Gäste in Graubünden auf, so dass die Abfallmenge der Einheimischen noch kleiner ist. Ausgehend von der Faustregel aus Branchenkreisen, dass 200 Logiernächte etwa gleich viel „Siedlungsabfall“ generieren wie eine einheimische Person, schätzten wir die Abfallmenge der Gäste in den abfallschwächsten Monaten. Schliesslich rechneten wir die Abfallmenge der Einheimischen hoch auf das ganze Jahr, um daraus den Anteil der Gäste zu bestimmen. Ein Nachteil hat diese Berechnungsmethode. Es kann nicht zwischen einem direkten und indirekten Tourismusanteil unterschieden werden. Hier gingen wir davon aus, dass sich das Verhältnis zwischen diesen beiden Anteilen gleich verhält wie bei der Energienachfrage.

⁵ Datenquelle: Regionalverbände, Entsorgungsfirmen und zuständige kantonale Behörden.

Für das *Gesundheitswesen* erfolgte die Ermittlung der Tourismusanteile folgendermassen. Da für den stationären Bereich (private Kliniken und Spitäler) Statistiken nach Patientenprovenienz geführt werden, kann der Anteil der Patienten, die nicht aus Graubünden stammen, einfach bestimmt werden. Für den ambulanten Bereich sind allerdings keine solchen Statistiken verfügbar. Wir berücksichtigen im ambulanten Bereich die Arzt- und Zahnarztpraxen und gingen davon aus, dass hier der Gästeanteil gleich hoch ist wie im stationären Bereich.⁶

In der *Öffentlichen Verwaltung* sind vor allem auf Gemeindeebene etliche Angestellte für den Tourismus zuständig. Hier stützten wir uns auf telefonische Interviews und Expertenbefragungen.

Branchen mit Schätzproblemen

Die Tourismusanteile der Branchen Vermietung von Mobilien und Nachrichtenübermittlung konnten nicht aufgrund fundierter Datenquellen geschätzt werden.

Verschiedene Unternehmen vermieten Mobilien (Velos, Autos, Skis etc.). Allerdings figurieren die meisten dieser Unternehmen nicht in der Branche *Vermietung von Mobilien*, sondern im Detailhandel oder Garagengewerbe. Wir verwendeten die Betriebszählungsdaten des Bundesamtes für Statistik aus dem Jahre 2001, die für den Kanton Graubünden weniger als 30 Einträge in der Branche Vermietung von Mobilien enthält. Aufgrund der geringen volkswirtschaftlichen Bedeutung dieser Branche wurden die Tourismusanteile geschätzt, indem von Betrieben in verwandten Branchen (v.a. Detailhandel) für die verschiedenen Betriebe Kennzahlen abgeleitet wurden.

Die Schätzung der Tourismusanteile der Branche *Nachrichtenübermittlung* bereitete ebenfalls Probleme. Die Telekommunikationsunternehmen können keine Auskunft geben, wie häufig Gäste in Graubünden telefonieren. Aufgrund der ungenügenden Firmeninformationen mussten die Tourismusanteile für diese Branche mittels diversen Indikatoren und Kennzahlen aus dieser und aus anderen Studien grob geschätzt werden.

Immobilienwesen

Das Immobilienwesen nimmt in der Untersuchung eine Sonderstellung ein. Während die Tourismusanteile der Immobilienbranche mit Hilfe der schriftlichen Umfrageresultate bestimmt werden konnten, gestaltete sich die Schätzung der Anteile für die Nutzung und Vermietung von Wohneinheiten durch Privatpersonen sehr viel schwieriger. Es sind hier zwei Problemkreise anzuführen. Erstens basiert die Wertschöpfungsrechnung auf den regionalisierten BIP-Zahlen des BAK Economics Basel. Diese verwenden zur Bestimmung der regionalen Wertschöpfung

⁶ Die Tourismusanteile wurden ohne Privatkliniken berechnet, da einzelne Patienten der Privatkliniken speziell zur Kur nach Graubünden reisen. Im ambulanten Bereich (und auch in den öffentlichen Spitälern) hingegen werden Gäste i.d.R. während ihres normalen Ferientaufenthaltes behandelt.

einen so genannten Topdown-Ansatz. Auf der Basis der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung der Schweiz werden die Wertschöpfungszahlen auf die verschiedenen Kantone und schliesslich auf die Regionen verteilt. Bei der Vermietung und Nutzung von Wohnraum durch private Haushalte ist eine solche Zuteilung schwierig durchführbar, da die Wertschöpfungszahlen der Bündner Regionen grosse Unterschiede aufweisen und stark vom nationalen Durchschnitt abweichen. Zweitens kann der Tourismusanteil bei den privaten Haushalten nicht auf der Basis von offiziellen Datensätzen approximiert werden. Obwohl das Thema Zweitwohnungsbau in der politischen Diskussion immer wieder prominent auftaucht, existieren keine aktuellen Statistiken, wie viele Wohnungen in den einzelnen Regionen überhaupt durch Gäste genutzt werden. Wir haben nun die Tourismusanteile geschätzt, indem wir für einige Regionen den Anteil der Ferienwohnungen- und häuser am Gesamtwohnungsbestand eruiert haben.⁷ Diese Anteile wurden schliesslich mit Hilfe der Grösse ‚Wohnungsbestand pro Kopf der Bevölkerung‘ auf die Regionen, für die keine Zahlen in Erfahrung gebracht werden konnten, übertragen.

Beide Problemkreise führen aber nun dazu, dass die touristische Wertschöpfung im Immobilienwesen möglicherweise nicht korrekt angegeben wird. Dies ist vor allem deswegen problematisch, weil das Immobilienwesen eine bedeutende Wertschöpfung generiert und sich allfällige Fehler stark auswirken. Wenn die touristischen Wertschöpfungszahlen der Regionen verglichen werden, gilt es diesen Vorbehalt zu berücksichtigen.

2.4 Gesamtwirtschaftliche Tourismuswertschöpfung

Wie Abbildung 4 aufgezeigt, benötigen wir für die Berechnung der touristischen Wertschöpfung die Anteile, die in den einzelnen Branchen auf den Tourismus entfallen. Damit lassen sich die direkte touristische Wertschöpfung und diejenige in indirekter Form von Vorleistungen und Investitionen ermitteln.

Die durch den Tourismus erzielte Wertschöpfung hat aber einen weiteren Effekt: Durch die Wertschöpfung entsteht Einkommen für Personen, die dank dem Tourismus (direkt oder indirekt) eine Beschäftigung in der Region finden und einen Teil dieses Einkommens wieder in der Region ausgeben. Dieser so genannte *Einkommenseffekt* wird üblicherweise auch als touristische Wertschöpfung klassifiziert. Streng genommen ist dieser Effekt allerdings ein methodischer Fremdkörper in der Tourismuswertschöpfungsrechnung, da diese lediglich die direkt und indirekt mit Gästen generierte Wertschöpfung misst.⁸ Um unsere Resultate mit der touristischen Wertschöpfung anderer Kantone vergleichen zu können, berücksichtigen wir dennoch den Einkommenseffekt, wenn wir die Bedeutung des Tourismus für die einzelnen Regionen diskutieren.

⁷ Dieser Anteil konnte für die Regionen Prättigau und Davos mittels nicht-publizierten, unternehmensinternen Statistiken bestimmt werden. Für Mittelbünden existieren ältere Schätzungen (Riner et al. (1993)). Für das Oberengadin und das Schanfigg wurden Expertengespräche durchgeführt.

⁸ Im Satellitenkonto Tourismus der Schweiz wird aus diesem Grund auf die Angabe eines Einkommenseffektes verzichtet (vgl. Berwert et al. (2003)).

In den bisherigen Untersuchungen zur touristischen Wertschöpfung wurde davon ausgegangen, dass der Einkommenseffekt etwas über 20 Prozent beträgt. Guhl et al. (1996, 47) schlagen vor, mit einem Einkommensmultiplikator von 22 Prozent zu arbeiten. Mit anderen Worten geht man hier davon aus, dass jeder tourismusinduzierte Umsatzfranken den in der Region ausgegebenen Umsatz der Einheimischen um 22 Rappen erhöht.

Es gilt zu beachten, dass sich dieser Einkommensmultiplikator auf den touristischen Umsatz und nicht auf die Wertschöpfung bezieht. Dieser Unterschied ist deswegen von Belang, weil der Wertschöpfungsanteil des touristischen Einkommens tiefer ist als derjenige der direkten und indirekten touristischen Wertschöpfung.⁹ Der Einkommensmultiplikator der touristischen Wertschöpfung ist somit tiefer als derjenige des touristischen Umsatzes.

Für den Kanton Wallis schätzen Berwert et al. (2001, 139f.) einen Einkommensmultiplikator (bezogen auf die Wertschöpfung) von rund 18 Prozent. Wir übernehmen diesen Anteil in der vorliegenden Untersuchung.

Der Einkommenseffekt zählt, wie die Vorleistungen und Investitionen, zur indirekten touristischen Wertschöpfung. Schliesslich widerspiegelt die Summe der direkten und indirekten Wirkungen des Tourismus die Bedeutung des Tourismus in den einzelnen Regionen. Die gesamte Kantonale Wertschöpfung des Tourismus wiederum ergibt sich durch die Summe aller 10 Regionen.¹⁰

⁹ Guhl et al. (1996, 47) beziffern den Wertschöpfungsanteil des Einkommenseffektes auf rund 42 Prozent, was deutlich unter dem Anteil der Vorleistungen und Investitionen ist (50 Prozent). Der Grund liegt darin, dass das tourismusinduzierte Einkommen zu einem grösseren Teil im Detailhandel ausgegeben wird.

Für den Kanton Wallis geben Berwert et al. (2001, 140) einen Wertschöpfungsanteil des Einkommens von rund 48 Prozent an. Dieser Anteil beträgt beim direkt touristischen Umsatz und bei den Vorleistungen und Investitionen rund 56 Prozent.

¹⁰ Als Grundlage für die Berechnung der touristischen Wertschöpfung werden in der Untersuchung die gesamtwirtschaftlichen Zahlen, welche die Bruttowertschöpfung zu Herstellpreisen angeben, verwendet. Der Unterschied zum regionalen BIP, das die Wertschöpfung zu Marktpreisen anzeigt, ist marginal.

3 Resultate: Vergleiche der Branchen

Dieser Abschnitt diskutiert die Resultate der Untersuchung auf Branchenebene. Die Branchenanalyse nimmt eine wichtige Unterscheidung vor. Zum einen wird die touristische Ausrichtung der einzelnen Branchen diskutiert. Hier zeigt es sich, welche Branchen wie stark vom Tourismus abhängen, indem die *Tourismusanteile* (direkt und indirekt) verglichen werden. Zum anderen liefern die einzelnen Branchen einen unterschiedlichen *Beitrag zur gesamten Tourismuswertschöpfung*. Obwohl eine Branche sehr stark vom Tourismus abhängig sein kann, liefert sie aufgrund der geringen Branchenwertschöpfung vielleicht nur einen kleinen Beitrag zur Tourismuswertschöpfung im Kanton.

Wie teilweise erwartet werden konnte, ist sowohl die touristische Ausrichtung als auch die Bedeutung der einzelnen Branchen für die gesamte Tourismuswertschöpfung sehr unterschiedlich. So kommt dem Beherbergungsgewerbe die grösste Bedeutung zu, indem sie mit einem Anteil von über einem Fünftel den wichtigsten Beitrag an die touristische Wertschöpfung leistet.

Die 27 untersuchten Branchen erwirtschafteten gemeinsam eine touristische Wertschöpfung von knapp 2.6 Mrd. CHF. Ohne Berücksichtigung des Einkommenseffektes (siehe Abschnitt 2.4) entspricht dies einem Anteil von rund 25.2 % des kantonalen Bruttoinlandprodukts von total 10.2 Mrd. CHF.

Im Folgenden werden die Resultate der touristischen Leistungsträger besprochen. Abschnitt 3.2 diskutiert die Resultate der tourismusverwandten Branchen und Abschnitt 3.3 liefert Ergebnisse des Bereiches Immobilienwesen. Man beachte, dass in den hier vorgestellten Tourismuswertschöpfungszahlen der Einkommenseffekt (im Gegensatz zu Abschnitt 4) *nicht* berücksichtigt wird.

3.1 Touristische Leistungsträger

3.1.1 Einleitung und Übersicht

Die touristischen Leistungsträger erwirtschafteten gemeinsam eine touristische Wertschöpfung von rund 1.06 Mrd. CHF. Die acht Branchen, die ihre Umsätze vor allem im direkten Kontakt mit den Gästen erwirtschaften, tragen damit 41.9 Prozent zur kantonalen touristischen Wertschöpfung (ohne Einkommenseffekt) bei.

Die nachfolgende Grafik vergleicht die Tourismusanteile der touristischen Leistungsträger und verdeutlicht so die Bedeutung des Tourismus für die einzelnen Branchen. Wie in Abschnitt 2.3 dargelegt, wird bei den Reisebüros und Tourismusvereinen die gesamte Bruttowertschöpfung als touristisch betrachtet. Folglich weisen diese zwei Branchen in der Abbildung 5 auch die höchste touristische Abhängigkeit auf. Mit über 80 % ist der touristische Wertschöpfungsanteil im Beherbergungsgewerbe (85.0 %) und bei Bergbahnen (80.1 %) hoch. Die einheimische Bevölkerung zeigt sich somit für weniger als ein Fünftel der erzielten

Wertschöpfung verantwortlich. Auch die Eisenbahnen (55.4 %) und die Anbieter von Unterhaltung, Kultur und Sport (54.4 %) verdanken den Gästen mehr als die Hälfte der Bruttowertschöpfung. Das Gaststättengewerbe (45.5 %) sowie der Personenstrassenverkehr (42.8 %) generieren bereits mehr als jeder zweite Wertschöpfungsfranken mit der einheimischen Bevölkerung.

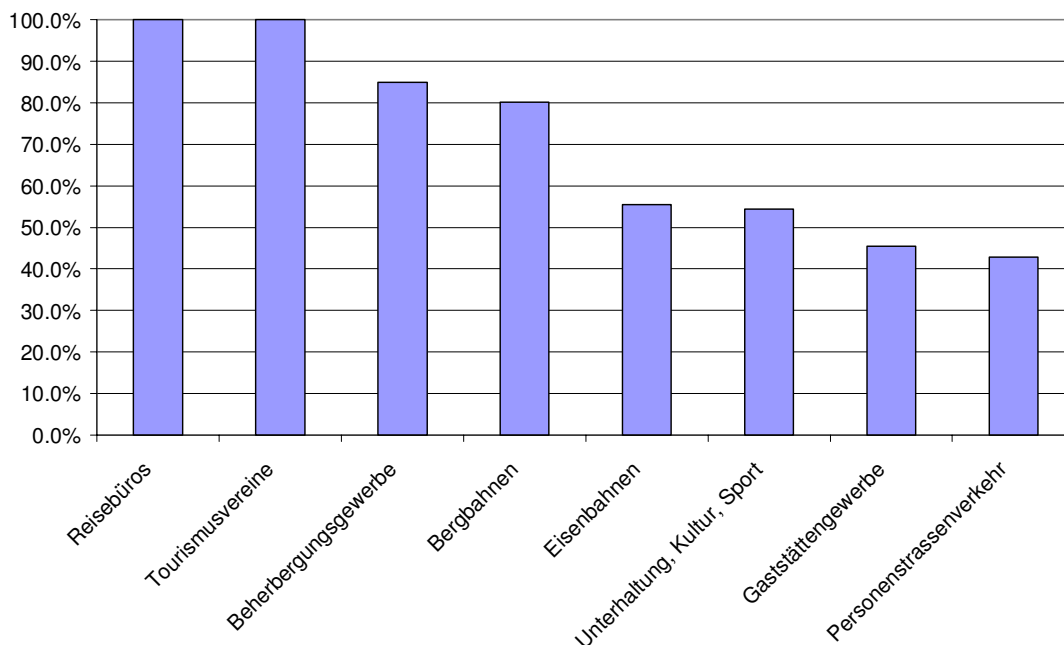


Abbildung 5: Tourismusanteile der touristischen Leistungsträger

Während Abbildung 5 die Bedeutung des Tourismus für die einzelnen Branchen aufzeigt, stellt Abbildung 6 die absolute touristische Bruttowertschöpfung je Branche dar. Diese Werte werden jeweils der gesamten Bruttowertschöpfung der Branche gegenüber gestellt. Alle acht Branchen erzielten im Jahre 2003 eine Bruttowertschöpfung von rund 1'566.1 Mio. CHF. Auffallend sind die vergleichsweise hohen Werte des Beherbergungsgewerbes. Dessen touristische Bruttowertschöpfung ist mit rund 550.3 Mio. CHF höher als die addierten Werte der übrigen sieben Leistungsträger.

Die in Abbildung 6 aufgezeigten Bruttowertschöpfungszahlen werden in der folgenden Besprechung der Branchenresultate diskutiert.

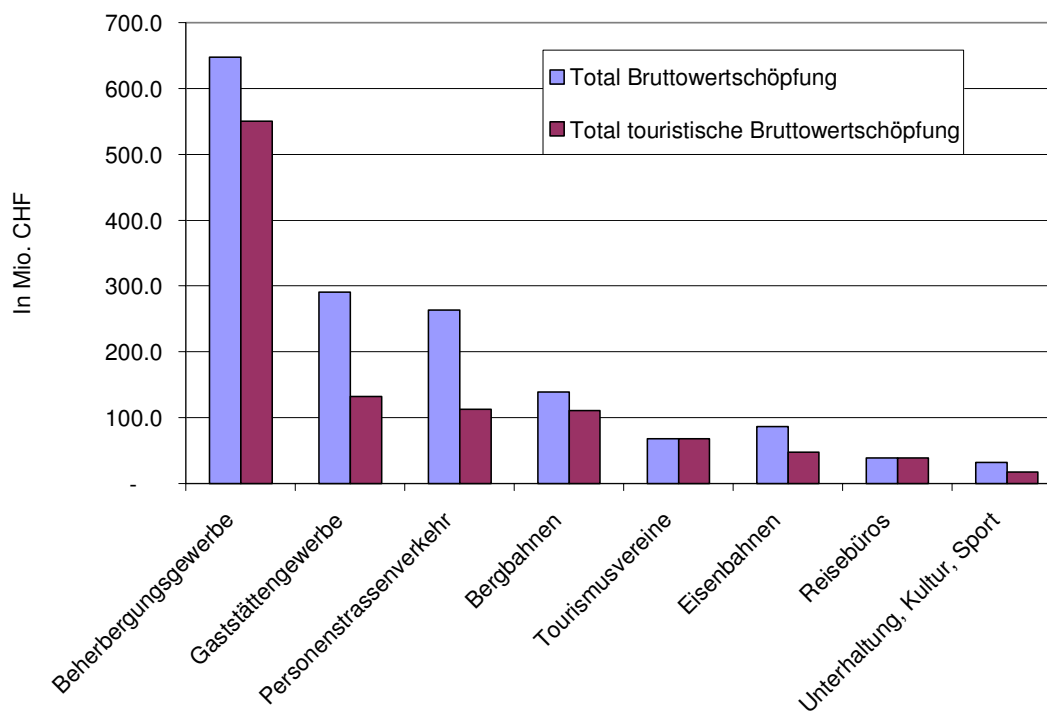


Abbildung 6: Totale Bruttowertschöpfung der touristischen Leistungsträger im Vergleich mit der touristischen Bruttowertschöpfung in Mio. CHF

3.1.2 Beherbergungsgewerbe

Das Beherbergungsgewerbe umfasst Hotels mit und ohne Restaurants, Jugendherbergen, Hütten, Campingplätze, Ferienwohnungen und Ferienhäuser¹¹, Gruppenunterkünfte und weitere Beherbergungsgewerbe. Das zentrale Element stellt die Übernachtungsmöglichkeit dar.

Das Beherbergungsgewerbe erzielt mit 550.3 Mio. CHF nicht unerwartet die grösste touristische Wertschöpfung aller Branchen. Allein sie leistet einen Anteil von 21.4 % an die kantonale touristische Wertschöpfung. Das Beherbergungsgewerbe im Kanton Graubünden erzielte im Jahre 2003 eine Bruttowertschöpfung von rund 647.2 Mio. CHF. Die regionalen Differenzen sind beträchtlich. Die Spitzenregion ist das Oberengadin, das im Beherbergungsgewerbe eine fast 15 Mal höhere touristische Bruttowertschöpfung generiert als die Region Viamala.

3.1.3 Gaststättengewerbe

Im Unterschied zum Beherbergungsgewerbe bietet das Gaststättengewerbe keine Übernachtungsmöglichkeiten an. In diese Branche fallen unter anderem Restaurants, Tea-Rooms, Bars, Kantinen und Caterer.

¹¹ Während im Übernachtungsgewerbe die Hotel- und Parahotellerie-Dienstleistungen erfasst werden, ist die langfristige Vermietung von möblierten Unterkünften und die Nutzung und Vermietung von Ferienwohnungen durch den Eigentümer im Immobilienwesen erfasst (siehe Abschnitt 3.3).

Das Gaststättengewerbe weist eine Bruttowertschöpfung von rund 290.8 Mio. CHF auf, was etwa der Wirtschaftsleistung des gesamten Primärsektors entspricht. Davon sind rund 132.4 Mio. CHF touristisch induziert (45.5 %). Der Tourismus hat für das Gaststättengewerbe somit eine deutlich geringere Bedeutung als für das Beherbergungsgewerbe.¹²

3.1.4 Eisenbahnen

Auch die Eisenbahnen gehören zu den touristischen Leistungsträgern, da sie einen erheblichen Teil der Wertschöpfung mit Gästen erzielen. Während die Schweizerische Bundesbahn (SBB) nur im Bündner Rheintal (Strecke Chur – Maienfeld) vertreten ist, deckt das Schienennetz der Rhätischen Bahn (RhB) alle definierten Regionen (jedoch nicht alle Subregionen) im Kanton Graubünden ab.

Die touristische Bruttowertschöpfung der Eisenbahnen liegt gemäss Unternehmensumfrage bei rund 47.8 Mio. CHF. Die Bahnen hängen in einem hohen Masse vom Tourismus ab, denn sie erzielen mehr als die Hälfte der Wertschöpfung (55.4 %) mit Gästen. Verglichen mit anderen Leistungsträgern ist der Beitrag des Eisenbahnverkehrs zur touristischen Bruttowertschöpfung des Kantons Graubünden mit 1.9 % relativ tief.

Grossanlässe, wie etwa die FIS Ski-WM in St. Moritz im Jahre 2003, haben einen positiven Einfluss auf den touristischen Anteil der Eisenbahnen. Die touristische Wertschöpfung ist vor allem auf den Personenverkehr zurückzuführen, der touristische Güterverkehr beläuft sich hingegen auf einem sehr bescheidenen Niveau. Regionale Unterschiede sind gering. Einzig Südbünden fällt ein wenig ab. Die Begründung liegt darin, dass nicht alle Subregionen mit der Eisenbahn erschlossen sind und somit in dieser Branche keine Wertschöpfung generiert wird.

3.1.5 Bergbahnen (Spezialbahnen)

Etliche Bergbahnen offerieren dem Gast auch branchenfremde Dienstleistungen an, indem sie Restaurants, Sportgeschäfte oder Hotels betreiben. Diese Wertschöpfung wird hingegen nicht den Bergbahnen, sondern den entsprechenden Branchen zugerechnet.

Erwartungsgemäss ist die touristische Abhängigkeit der Bergbahnen sehr hoch. Mit 111.5 Mio. CHF erzielen alle Bündner Bergbahnen über vier Fünftel (80.1 %) der Gesamtwertschöpfung direkt mit Gästen. Damit steuern die Bergbahnen 4.3% an die bündnerische touristische Wertschöpfung bei. Mit Abstand die grösste Wertschöpfung wird in den Wintermonaten erwirtschaftet. Die Spitzenplätze belegen die Regionen Surselva, Oberengadin und Davos. Schlusslichter bilden die Regionen Südbünden und Bündner Rheinteil, welche nur über vereinzelte, kleinere Bergbahnen verfügen.

¹² Allerdings ist die Unterscheidung der zwei Branchen etwas künstlich. Viele Hotels führen auch ein Restaurant, werden aber statistisch zum Beherbergungsgewerbe gezählt, selbst wenn die mit Übernachtungen erzielte Wertschöpfung von untergeordneter Bedeutung ist.

3.1.6 Personenstrassenverkehr und übriger Personenverkehr

Der Personenstrassenverkehr und der übrige Personenverkehr beinhalten Taxi- und Carunternehmen, die öffentlichen Strassenverkehrsmittel (Postauto Graubünden, Stadtbus) sowie die Luftfahrt und Hilfstätigkeiten für die Luftfahrt (Flugplatz) etc. Die Reisebüros, welche gemäss Noga-Klassifizierung auch in diese Branche fallen, sind separat untersucht worden.

Der Personenstrassenverkehr und der übrige Personenverkehr erzielte im Jahre 2003 eine Bruttowertschöpfung von 263.6 Mio. CHF, wovon 112.7 Mio. CHF auf die Gäste zurückzuführen sind. Es überrascht, dass diese Branche mit 4.4 % einen relativ grossen Anteil an die touristische Gesamtwertschöpfung des Kantons Graubünden beiträgt.

3.1.7 Reisebüros

Der direkt touristische Anteil der Reisebüros und Reiseveranstalter beträgt 24.7 Mio. und der indirekt touristische Anteil beläuft sich auf 14.1 Mio. CHF. Diese Branche leistet einen Beitrag von 1.5 % an die touristische Bruttowertschöpfung im Kanton.

3.1.8 Tourismusvereine

Die Tourismusvereine sind in den einzelnen Gemeinden nicht einheitlich organisiert und deren Anbindung an die politische Gemeinde ist verschieden ausgestaltet. Auch nehmen die einzelnen Tourismusorganisationen unterschiedliche Aufgaben wahr. Das Spektrum reicht von der reinen Vermittlung von Gästen bis hin zur Führung von Sportbetrieben.

Als direkt touristische Wertschöpfung werden die Kurtaxen sowie der Verkauf von touristischen Leistungen und weiteren Produkten an die Gäste betrachtet. Alle übrigen Einnahmen, welche ein Tourismusverein erwirtschaftet, z.B. Mitgliederbeiträge, Beiträge der öffentlichen Hand usw., werden als indirekten Tourismusanteil angesehen.

Sämtliche Tourismusvereine im Kanton Graubünden erwirtschaften eine touristische Wertschöpfung von rund 68.1 Mio. CHF, wobei rund zwei Drittel davon (44.5 Mio. CHF) direkt über Kurtaxen oder mit Gästen eingenommen wird. Mitgliederbeiträge sowie Unterstützungen der öffentlichen Hand betragen rund 23.5 Mio. CHF. Die Tourismusvereine generieren etwa 2.6 Prozent der kantonalen touristischen Wertschöpfung.

3.1.9 Unterhaltung, Kultur, Sport

Als letzte Branche der touristischen Leistungsträger wurden die Bereiche Unterhaltung, Kultur und Sport analysiert. Zu dieser Branche gehören z.B. Film- und Videoaktivitäten (Kinos), Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen (Theater, Orchester usw.), Museen, Betrieb von Sportanlagen usw. Es wird nur ein direkt touristischer Anteil ausgewiesen.

Die Branche hat im Jahre 2003 total eine Bruttowertschöpfung von 32.3 Mio. CHF erzielt. Davon werden 17.6 Mio. CHF (54.4 %) direkt mit Touristen generiert. Obwohl somit die touristische Abhängigkeit der Branche beträchtlich ist, steuert diese lediglich 0.7 Prozent zur kantonalen touristischen Bruttowertschöpfung bei.

3.2 Tourismusverwandte Branchen

3.2.1 Einleitung und Übersicht

Während die touristischen Leistungsträger einen grossen Teil der Wertschöpfung mit Gästen erzielen, profitieren die tourismusverwandten Branchen vor allem von Vorleistungen und Investitionen für touristische Unternehmen. Die direkt touristische Wertschöpfung ist in diesen Branchen in der Regel bedeutend geringer als bei den touristischen Leistungsträgern.

Die touristische Bruttowertschöpfung der 18 tourismusverwandten Branchen beträgt rund 1'11 Mio. CHF. Dies entspricht einem Anteil an der gesamten bündnerischen Tourismuswertschöpfung von rund 43 Prozent. Allerdings ist die touristische Abhängigkeit der einzelnen Branchen stark unterschiedlich. So weisen der Detailhandel (36.2 %), die Banken (34.0 %) sowie die Abwasser, Abfallbeseitigung und Entsorgung (33.2 %) einen touristischen Anteil von rund einem Drittel auf. Auf der anderen Seite der Skala figurieren die Branchen Versicherungen (6.4%), Öffentliche Verwaltung (6.0%), Verlags- und Druckgewerbe (5.0%), Landwirtschaft (4.7 %), Unterrichtswesen (4.4 %) sowie Energie- und Wasserversorgung (4.2 %). Weder stark noch schwach touristisch abhängig sind die Branchen Baugewerbe (24.8%), Persönliche Dienstleistungen (24.7 %), Nahrungsmittel- und Getränkehersteller (23.3 %), Grosshandel (21.3 %) und Dienstleistungen für Unternehmen (20.3 %). Etwas weniger hoch sind die Tourismusanteile der Branchen Garagengewerbe (17.8%), Nachrichtenübermittlung (11.4 %), Vermietung von Mobilien (9.6 %) und Gesundheitswesen (8.9 %).

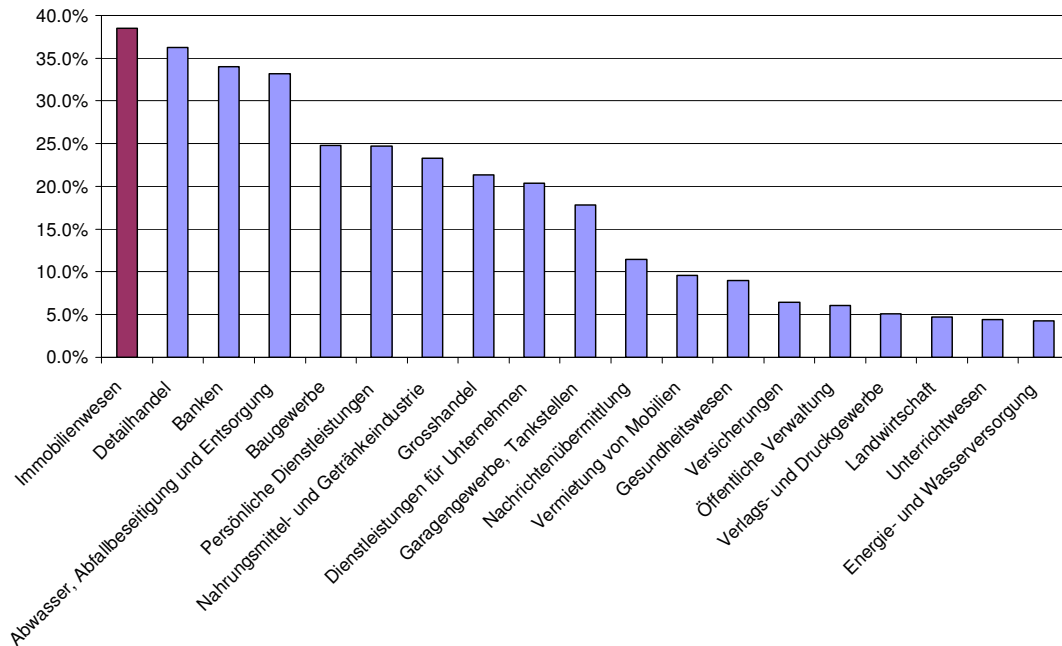


Abbildung 7: Tourismusanteile der tourismusverwandten Branchen und Immobilienwesen

Die nachfolgende Grafik stellt die im Jahre 2003 erwirtschaftete Bruttowertschöpfung sowie die jeweilige touristische Bruttowertschöpfung der tourismusverwandten Branchen und dem Immobilienwesen dar. Die Öffentliche Verwaltung (1'305.1 Mio. CHF) und das Immobilienwesen (1'012.9 Mio. CHF) erwirtschafteten hier die höchste Bruttowertschöpfung. Eine Bruttowertschöpfung zwischen einer halben und einer Milliarde CHF generieren die Branchen Baugewerbe (850.7 Mio. CHF), Banken (632.2 Mio. CHF), Detailhandel (619.1 Mio. CHF) und das Gesundheitswesen (518.6 Mio. CHF). Am Ende dieser Skala figurieren die Branchen Persönliche Dienstleistungen mit 24.9 Mio. CHF und die Vermietung von Mobilien mit 5.0 Mio. CHF Bruttowertschöpfung.

Aufgrund der stark unterschiedlichen Tourismusanteile der einzelnen Branchen folgt die Höhe der touristischen Wertschöpfung einer anderen Reihenfolge. Hier generieren die Branchen Immobilienwesen (389.5 Mio. CHF), Detailhandel (224.3 Mio. CHF), Banken (214.7 Mio. CHF) und Baugewerbe (210.9 Mio. CHF) die höchste touristische Wertschöpfung.

Im Folgenden diskutieren wir die Branchenresultate im Detail.

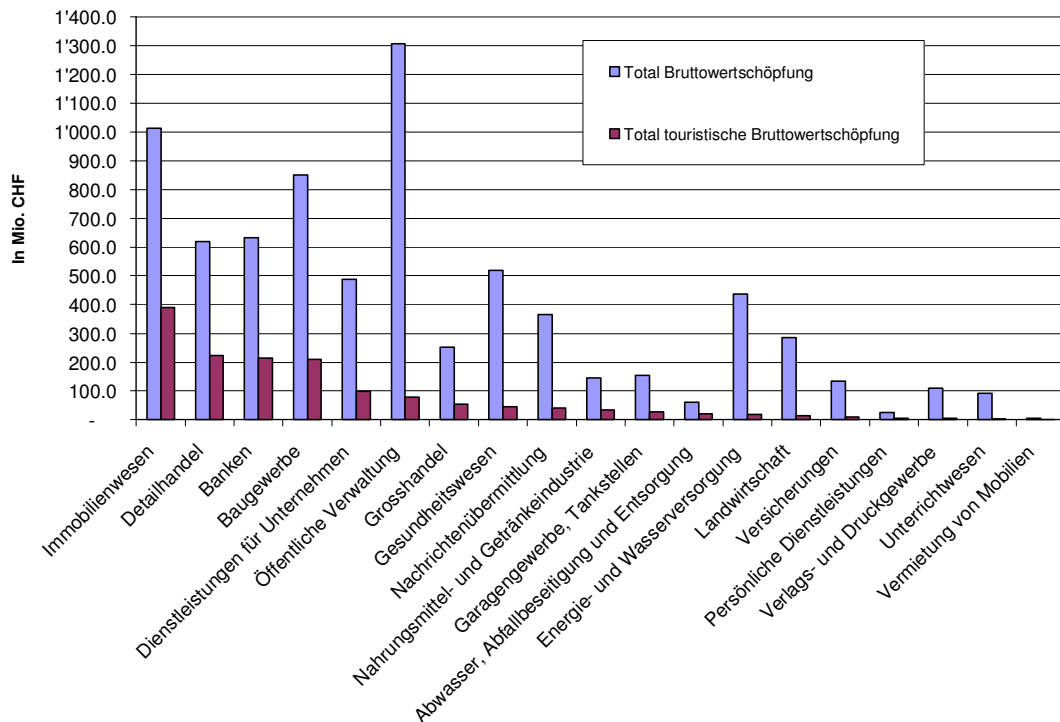


Abbildung 8: Total Bruttowertschöpfung der tourismusverwandten Branchen und dem Immobilienwesen im Vergleich mit der touristischen Bruttowertschöpfung in Mio. CHF

3.2.2 Detailhandel

In dieser Branche sind neben dem eigentlichen Detailhandel auch die Reparaturen von Gebrauchsgütern enthalten. Die Branche umfasst neben den Grossverteilern (Coop, Migros, Denner) auch viele kleine Dorfläden, Spezial- oder Regionalgeschäfte. Während Coop in sämtlichen Regionen und in fast allen Subregionen vertreten ist, weisen Migros und Denner ein weniger dichtes Filialnetz auf. Ebenfalls dieser Branche zugewiesen werden Metzgereien und Bäckereien. Diese sind zwar zum Teil in der Nahrungsmittelproduktion tätig, doch verkaufen sie veredelte Leistungen direkt an die Endkonsumenten.

Der Detailhandel erwirtschaftete im Jahre 2003 eine Bruttowertschöpfung im Kanton Graubünden von 619.1 Mio. CHF. Davon entfallen total 224.3 Mio. CHF (36.2%) auf die touristische Bruttowertschöpfung. Im Gegensatz zu den meisten anderen tourismusverwandten Branchen erzielt der Detailhandel eine beachtliche Wertschöpfung (169.8 Mio. CHF) durch den Verkauf von Produkten direkt an Gäste. Demgegenüber stehen 54.4 Mio. CHF (8.8 %), die indirekt durch Vorleistungen an touristische Unternehmen erwirtschaftet werden.

Der Detailhandel leistet mit 8.7 % von allen Branchen den drittgrössten Beitrag an die gesamte touristische Wertschöpfung des Kantons Graubünden.

3.2.3 Grosshandel

Während der Detailhandel einen bedeutenden Teil der Wertschöpfung mit Gästen erzielt, generiert der Grosshandel vor allem eine indirekte touristische Wertschöpfung. Gaststätten, Hotels oder andere touristische Unternehmen kaufen beim Grosshandel ein und erzielen ihrerseits durch Verkäufe an den Gast eine direkte touristische Wertschöpfung. Demgegenüber ist der direkt touristische Anteil für viele Grosshändler von marginaler Bedeutung. Diese Branche beinhaltet neben dem Grosshandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren u.a. auch den Grosshandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren.

Die gesamte Bruttowertschöpfung ist im Grosshandel fast 2.5 mal kleiner als im Detailhandel. Der total touristische Anteil beträgt 21.3 % (54 Mio. CHF), wobei der überwiegende Teil (19.3 %) indirekt induziert wird. Der direkt touristische Anteil liegt somit bei lediglich rund 2 % (5.2 Mio. CHF). Der Grosshandel leistet vor allem dank dem Vorleistungseffekt einen wichtigen Beitrag zur touristischen Wertschöpfung in den Regionen.

3.2.4 Nachrichtenübermittlung

Die Branche Nachrichtenübermittlung besteht aus den nationalen Post- und Kurierdiensten sowie dem Fernmeldewesen. Die Postdienste erbringen Dienstleistungen für die Gäste, indem sie Karten, Briefe etc. befördern. Der direkte Tourismusanteil der Telekommunikationsunternehmen geht vor allem auf die Mobilfunk-Gespräche der Gäste zurück.

Die Branche Nachrichtenübermittlung erwirtschaftet rund 11.4 % ihrer Wertschöpfung durch den Tourismus (41.8 Mio. CHF). Davon entfallen 23.2 Mio. CHF (6.3 %) auf die direkte und 18.6 Mio. CHF (5.1 %) auf die indirekte touristische Wertschöpfung.

3.2.5 Banken

Eine direkte Tourismuswertschöpfung erzielen die Banken mit Gästen, indem sie deren Vermögen verwalten oder ihnen Hypotheken für ihr Grundeigentum (z.B. Ferienhäuser, Eigentumswohnungen) zur Verfügung stellen. Auch der Geldwechselverkehr fällt in den Bereich der direkten touristischen Wertschöpfung, ist aber von untergeordneter Bedeutung. Indirekte touristische Wertschöpfung generieren die Finanzinstitute, indem sie vor allem Kredite (Firmenkredite, Vorschüsse, Darlehen usw.) und Hypotheken den touristischen Unternehmen gewähren.

Die touristische Abhängigkeit der Banken ist beachtlich, denn hier wird rund jeder dritte Franken mit Gästen oder touristischen Unternehmen erwirtschaftet. Die Banken leisten mit 8.3 % von allen Branchen den viertgrössten Beitrag an die touristische Gesamtwertschöpfung. Der direkt mit Gästen erwirtschaftete Teil ist mit 28.2 % (178.2 Mio. CHF) deutlich höher als der indirekte Anteil mit 5.8 % (36.5 Mio. CHF).

3.2.6 Versicherungen

Ein Teil des Versicherungsgeschäftes entfällt auf den Verkauf von Personen- oder Sachversicherungen an Gäste (direkter Tourismusanteil) oder an touristische Unternehmen (indirekter Tourismusanteil).

Die Versicherungsbranche erwirtschaftete in Graubünden im Jahre 2003 eine Bruttowertschöpfung von rund 134.6 Mio. CHF. Im Gegensatz zu den Banken ist die touristische Wertschöpfung mit rund 8.7 Mio. CHF relativ bescheiden. Diese Summe teilt sich je hälftig auf die direkte und indirekte touristische Wertschöpfung auf.

3.2.7 Dienstleistungen für Unternehmen

Die Branche beinhaltet eine breite Palette von unterschiedlichen Dienstleistungen wie Rechts- und Unternehmensberatung, Buchführung, Architektur- und Ingenieurdienstleistungen, Werbung, Personal- und Stellenvermittlung, die in erster Linie von Unternehmen in Form von Vorleistungen eingekauft werden. Der indirekte Anteil, welcher über die touristischen Leistungsträger erarbeitet wird, ist hier auch bedeutender als der direkt touristische Anteil mit Gästen.

Mit 99 Mio. CHF touristischer Wertschöpfung leistet diese Branche einen beachtlichen Beitrag von 3.8 % an die touristische Wertschöpfung in Graubünden. Die indirekt indizierte Wertschöpfung ist mit 15 % bedeutend höher als der direkte Anteil mit 5.3 %. Im Jahre 2003 erwirtschaftete diese Branche mit 6'118 Erwerbstätigen eine totale Bruttowertschöpfung von rund 487.4 Mio. CHF.

3.2.8 Persönliche Dienstleistungen

Viele Dienstleistungen werden nicht in erster Linie für Unternehmen, sondern für natürliche Personen erbracht. Zur Branche Persönliche Dienstleistungen gehören etwa Wäschereien, chemische Reinigungen, Coiffeursalons, Kosmetikinstitute, Solarien, Fitnesscenter und Thermalbäder.

Die Branche ist mit einer Bruttowertschöpfung von lediglich 24.9 Mio. CHF eine der kleinsten in unserer Untersuchung. Die Unternehmen erzielen eine touristische Wertschöpfung im Kanton Graubünden von rund 6.1 Mio. CHF. Der direkt mit Gästen erwirtschaftete Anteil liegt mit 17.8 % bedeutend höher als der indirekte Anteil mit total 6.9 %.

3.2.9 Garagengewerbe, Tankstellen

Da der Individualverkehr ein wichtiges Transportmittel für die Gäste darstellt, profitiert auch das einheimische Garagengewerbe vom Tourismus. Dabei bezieht sich der direkte Tourismusanteil nicht nur auf Reparaturen oder Treibstoffverkäufe, sondern auch auf Neu- oder Gebrauchtwagenverkäufe an Gäste. Ebenfalls erbringt das

Garagengewerbe Vorleistungen für touristische Unternehmen (indirekter Tourismusanteil).

Die 2'566 Erwerbstätigen in dieser Branche erarbeiteten im Jahre 2003 eine Bruttowertschöpfung von rund 155.1 Mio. CHF. Die touristische Bruttowertschöpfung von 27.6 Mio. CHF (17.8 %) verteilt sich auf den direkten Anteil von 15.2 Mio. CHF (9.8 %) und den indirekten Anteil von 12.4 Mio. CHF (8.0 %). Das Garagengewerbe ist somit touristisch abhängiger als zum Beispiel die Landwirtschaft oder die Versicherungsbranche.

3.2.10 Energie- und Wasserversorgung

Die Energieherstellung ist in den Bergkantonen und insbesondere auch im Kanton Graubünden ein wichtiger Bestandteil der Volkswirtschaft. In jeder der 10 Regionen wird mehr Energie produziert, als innerhalb der Region verbraucht wird. Die Überkapazität wird exportiert.

Die direkte touristische Wertschöpfung der Branche ergibt sich dadurch, dass Gäste Energie und Wasser für ihre Eigentumswohnungen und Ferienhäuser nachfragen. Mit der Versorgung von Energie und Wasser der touristischen Leistungsträger wird der indirekt touristische Anteil erwirtschaftet.

Im Jahre 2003 haben die Unternehmen der Energie- und Wasserversorgung eine beachtliche Bruttowertschöpfung von 437.9 Mio. CHF generiert. Der Grossteil davon entfällt auf die Energieproduktion. Die touristische Bruttowertschöpfung im Jahr 2003 beträgt rund 18.5 Mio. CHF. Dies bedeutet, dass lediglich rund 4.2 % der gesamten Branchenwertschöpfung auf den Tourismus zurückzuführen ist.

Diese Branche weist somit den niedrigsten Tourismusanteil aller untersuchten Bereiche auf. Dieses auf den ersten Blick wenig intuitive Resultat lässt sich dadurch erklären, dass der grösste Teil der produzierten Energie über die Kantonsgrenze exportiert wird. Obwohl der Tourismusanteil an der hiesigen Produktion nur 4.2 % beträgt, ist der Tourismusanteil der Branche gemessen an der lokalen Nachfrage bedeutend.¹³

3.2.11 Abwasser, Abfallbeseitigung und Entsorgung

Auch die Abwasserreinigung und Abfallbeseitigung sind touristisch relevant. Die direkte Tourismuswertschöpfung geht vor allem auf Gäste, die über Wohneigentum in Graubünden verfügen, zurück. Die von touristischen Unternehmen produzierten Abwasser- und Abfallmengen definieren den indirekt touristischen Beitrag.

Der Tourismus induziert in dieser Branche eine Bruttowertschöpfung von 20.4 Mio. CHF. Der direkte Tourismusanteil beträgt 19.1 % und liegt damit etwas höher als der indirekte Anteil (14.1 %). Mit anderen Worten ist rund ein Drittel der Branchenwertschöpfung auf den Tourismus zurückzuführen.

¹³ Siehe auch Abschnitt 2.3.

3.2.12 Baugewerbe

Das Baugewerbe umfasst vorbereitende Baustellenarbeiten, Hoch- und Tiefbau, Bauinstallation, Ausbaugewerbe und Vermietung von Baumaschinen. Für den direkten Tourismusanteil der Branche fallen vor allem die Bauaufträge von Gästen für Ferienwohnungen und –häuser ins Gewicht. Indirekt touristische Wertschöpfung wird generiert, indem das Baugewerbe Leistungen für touristische Unternehmen erbringt.

Mit 850.7 Mio. CHF erzielt das Baugewerbe die dritthöchste Bruttowertschöpfung aller untersuchten Branchen. Nur die Öffentliche Verwaltung und das Immobilienwesen erzielen eine noch höhere Bruttowertschöpfung. Das Baugewerbe leistet einen beachtlichen Beitrag von insgesamt 210.9 Mio. CHF (8.2 %) an die kantonale Tourismuswertschöpfung. Damit ist das Baugewerbe touristisch betrachtet wichtiger als das Gaststättengewerbe. Der hohe Stellenwert des Tourismus zeigt sich auch darin, dass rund ein Viertel der gesamten Branchenwertschöpfung touristisch bedingt ist. Der direkte Tourismusanteil beträgt 8.8 % (75.3 Mio. CHF). Der indirekte Anteil ist mit 15.9 % (135.7 Mio. CHF) bedeutend grösser. Regional sind beträchtliche Unterschiede festzustellen. Die grösste touristische Wertschöpfung erwirtschaftet die Branche (über 55 Mio. CHF) im Oberengadin.

3.2.13 Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie

Diesem Industriezweig gehören Unternehmen an, die Nahrungsmittel bzw. Getränke nicht nur vertreiben, sondern vor allem selbst herstellen. Die Abgrenzung zum Detailhandel ist in der Praxis allerdings schwierig vorzunehmen. Ob eine Unternehmung dem Detailhandel oder der Nahrungsmittelindustrie zugeordnet wird, hängt grundsätzlich davon ab, in welchem Ausmass Produkte direkt an den Endkonsumenten verkauft werden. Die Herstellungsindustrie vermarktet kaum oder nur einen sehr geringen Teil direkt an den Endkonsumenten. Sie beliefern vor allem den Zwischen- und Detailhandel, aber auch touristische Unternehmen. Während die Getränkeindustrie vor allem im Bündner Rheintal (Chur, Passugg, Rhäzüns) sowie in der Surselva (Vals) angesiedelt ist, werden Nahrungsmittel (vor allem Trockenfleisch) in verschiedenen Regionen hergestellt.

Im Jahre 2003 erzielten die Nahrungsmittel- und Getränkehersteller im Kanton Graubünden mit total 1'334 Erwerbstätigen eine beachtliche Bruttowertschöpfung von rund 145.7 Mio. CHF. Davon gehen 33.9 Mio. CHF (23.3 %) auf den Tourismus zurück. Der grössere Anteil (14.0 %) kann indirekt mit touristischen Leistungsträgern erwirtschaftet werden. Mit 13.5 Mio. CHF wird aber immer noch 9.3 % der Bruttowertschöpfung direkt mit Gästen erzielt.

3.2.14 Landwirtschaft

Die Landwirtschaft erwirtschaftet durch den Verkauf von Milch- und Fleischprodukten an Gäste eine direkt touristische Wertschöpfung. Ins Gewicht fällt auch der Weinverkauf in der Bündner Herrschaft. Die Landwirte beliefern jedoch auch Hotels,

Restaurants etc. und generieren so eine indirekt touristische Wertschöpfung. Nicht berücksichtigt werden hingegen die Leistungen, welche die Landwirte für andere Branchen erbringen. So profitiert der Tourismus als Ganzes von der Landschaftspflege (schönere Gegend, Reduktion der Mur- und Lawinenniedergänge), die durch die Landwirte erbracht wird. Eine Abgeltung dieser positiven externen Effekte der Landwirtschaft erfolgt durch die öffentliche Hand via Direktzahlungen.

Die Landwirtschaft steuert lediglich rund 0.5 % (13.5 Mio. CHF) zur touristischen Gesamtwertschöpfung bei. Der direkt touristische Anteil liegt bei 2.3 %, der indirekte Anteil bei 2.4 %. Die regionalen Unterschiede sind verhältnismässig gering.

3.2.15 Verlags- und Druckgewerbe

Das Verlags- und Druckgewerbe erwirtschaftet vor allem eine indirekte touristische Wertschöpfung, indem es Druckaufträge für touristische Unternehmen (Hotels, Restaurants, Bergbahnen) ausführt.

Die kantonale Bruttowertschöpfung dieser Branche beträgt beachtliche 109.3 Mio. CHF. Der direkt touristische Anteil fällt mit 0.4 % erwartungsgemäss tief aus. Indirekt aber beträgt der Anteil immerhin 5 Prozent, was einen touristischen Betrag von rund 5.5 Mio. CHF impliziert. Diese touristische Wertschöpfung verteilt sich grösstenteils auf die Regionen Bündner Rheintal, Oberengadin, Davos und Surselva, denn hier befinden sich grössere Verlags- und Druckunternehmen.

3.2.16 Vermietung von Mobilien

Die Branche Vermietung von Mobilien ist sehr heterogen und beinhaltet etwa landwirtschaftliche Genossenschaften (Maschinenringe) und Vermietungsfirmen im Baugewerbe (Baumaschinen). Die touristische Abhängigkeit ist sehr gering.

Von der gesamten kantonalen Bruttowertschöpfung von 5.0 Mio. CHF entfallen rund 9.6 % oder 0.5 Mio. CHF auf den Tourismus (7.6 % direkter, 2.0 % indirekter Anteil).

3.2.17 Unterrichtswesen

Touristisch von Bedeutung sind verschiedene Privat- und Höhere Fachschulen sowie die Hochschule für Technik und Wirtschaft Chur. Das Unterrichtswesen generiert nur einen direkt touristischen Anteil durch auswärtige Studierende.

Von der gesamten Bruttowertschöpfung des Unterrichtswesens von 91 Mio. CHF sind rund 4.0 Mio. CHF (4.4 %) dem Tourismus zuzurechnen. Mehr als die Hälfte dieser Tourismuswertschöpfung fällt im Bündner Rheintal an.

3.2.18 Gesundheitswesen

Durch Arztbesuche oder Spitalaufenthalte generieren ausserkantonale wohnhafte Personen im Kanton Graubünden direkt eine touristische Wertschöpfung im Gesundheitsbereich. Neben den öffentlichen Spitälern werden einige Spezial- und Höhenkliniken geführt, die einen hohen Gästeanteil aufweisen. Das Gesundheitswesen erbringt keine Vorleistungen für touristische Unternehmen, so dass der indirekte Tourismusanteil Null beträgt.¹⁴

Das Gesundheitswesen generierte im Jahre 2003 eine Bruttowertschöpfung in der Höhe von rund 518.5 Mio. CHF. Davon können 8.9 % oder total 46.4 Mio. CHF direkt dem Tourismus zugeteilt werden. Das Bündner Rheintal mit den Spitälern in der Kantonshauptstadt sowie die Region Davos mit den verschiedenen Spezialkliniken generieren zusammen 88 % der touristischen Wertschöpfung.

3.2.19 Öffentliche Verwaltung

Bei der Öffentlichen Verwaltung wurden diejenigen Dienstleistungen untersucht, die unmittelbar von den Gemeinden oder von der kantonalen Verwaltung für den Tourismus erbracht werden. Eine Abgrenzung zwischen dem direkten und indirekten Tourismusanteil ist bei der öffentlichen Verwaltung kaum durchführbar, so dass auf die Angabe des indirekten Anteils verzichtet wurde.

Die Bruttowertschöpfung der Öffentlichen Verwaltung betrug im Jahre 2003 rund 1'305.1 Mio. CHF. Davon sind 6 % direkt dem Tourismus zuzuschreiben, was einem Betrag von rund 78.4 Mio. CHF entspricht. Somit leistet die Öffentliche Verwaltung mit 3.0 % einen bedeutenden Beitrag an die touristische Wertschöpfung im Kanton Graubünden. Die touristische Wertschöpfung ist damit höher als diejenige des Grosshandels.

3.3 Immobilienwesen

Das Immobilienwesen besteht, wie bereits in Abschnitt 2.3 ausgeführt, zum einen aus der Immobilienbranche. Dazu zählen diejenigen Unternehmen, die Dienstleistungen wie Erschliessung, Kauf und Verkauf von Immobilien, Vermietung und Verkauf von eigenen Immobilien sowie Vermittlung und Verwaltung von Immobilien anbieten. Zum anderen wird hier auch die Wertschöpfung von Privatpersonen, die Wohnungen vermieten oder selber nutzen, berücksichtigt.

Das Immobilienwesen erwirtschaftet sowohl einen direkten als auch einen indirekten touristischen Anteil. So stellt die Vermittlung eines Immobilienkaufes durch einen Ausländer eine direkt touristische Leistung dar. Kann der Immobilienvermittler hingegen ein Restaurant verkaufen, hat dies einen indirekten Einfluss auf die touristische Wertschöpfung. Die Nutzung von Wohneinheiten durch Gäste

¹⁴ Der Krankenbesuch eines Arztes wird somit als direkte Tourismuswertschöpfung angesehen, selbst wenn der Gast in einem Hotel übernachtet.

(Eigentumswohnungen) oder die Vermietung von Wohneinheiten durch Privatpersonen an Gäste ist in der Regel der direkten Tourismuswertschöpfung zuzuordnen.

Das Immobilienwesen trägt rund 389.5 Mio. CHF oder 15.1 % zur touristischen Bruttowertschöpfung im Kanton Graubünden bei. Davon sind 385.7 Mio. CHF der direkten und 3.8 Mio. CHF der indirekten Tourismuswertschöpfung zuzuschreiben. Diese grosse Differenz resultiert daraus, dass die eigentliche Immobilienbranche in diesen Angaben einen verhältnismässig kleinen Anteil ausmacht. Der überwiegende Teil der touristischen Bruttowertschöpfung wird durch private Haushalte erzielt. Nur das Beherbergungsgewerbe generiert einen höheren Beitrag als das Immobilienwesen zur kantonalen Tourismuswertschöpfung.

4 Vergleich der Regionen

4.1 Einleitung und Übersicht

Während sich der vorige Abschnitt auf die Bedeutung des Tourismus für die einzelnen Branchen konzentrierte, vergleichen wir nun die Tourismusintensitäten der einzelnen Bündner Regionen. Um Vergleiche mit bestehenden Tourismuswertschöpfungsstudien zu ermöglichen, berücksichtigen wir nun den so genannten *Einkommenseffekt*. Dieser entsteht dadurch, dass Personen, die dank dem Tourismus eine Beschäftigung in der Region finden, einen Teil des Einkommens wieder in der Region ausgeben und somit eine zusätzliche Wertschöpfung auslösen.

Wenn im Folgenden von direkter Tourismuswertschöpfung pro Region gesprochen wird, entspricht dies den direkten Tourismusanteilen der einzelnen Branchen. Der indirekte Anteil beinhaltet nun aber auch den Einkommenseffekt und ist somit grösser als die Summe der indirekten Tourismuswertschöpfung der Branchen.

Die nachfolgenden Ausführungen präzisieren die Erwartungen, dass die touristische Abhängigkeit der Bündner Wirtschaftsregionen stark unterschiedlich ist. Während die Spitzenreiter einen touristischen Wertschöpfungsanteil von rund zwei Dritteln aufweisen, beträgt dieser für wirtschaftlich stark diversifizierte Regionen lediglich rund einen Neuntel.

Den höchsten Tourismusanteil beobachtet man in den Regionen Schanfigg (67.2 %) und Oberengadin (65.7 %). Mit einigem Abstand folgen die Regionen Davos (55.5 %), Mittelbünden (53.8 %) und Unterengadin (52.1 %). Den tiefsten touristischen Wertschöpfungsanteil haben das Bündner Rheintal (11.2 %) und die Regionen Viamala (15.5 %) und Südbünden (20.9 %). Etwa im bündnerischen Mittel liegt mit einem Tourismusanteil von 28.8 % das Prättigau. Die touristische Abhängigkeit der Surselva liegt mit rund 38.4 % etwa zwischen derjenigen der Regionen Prättigau und Davos.

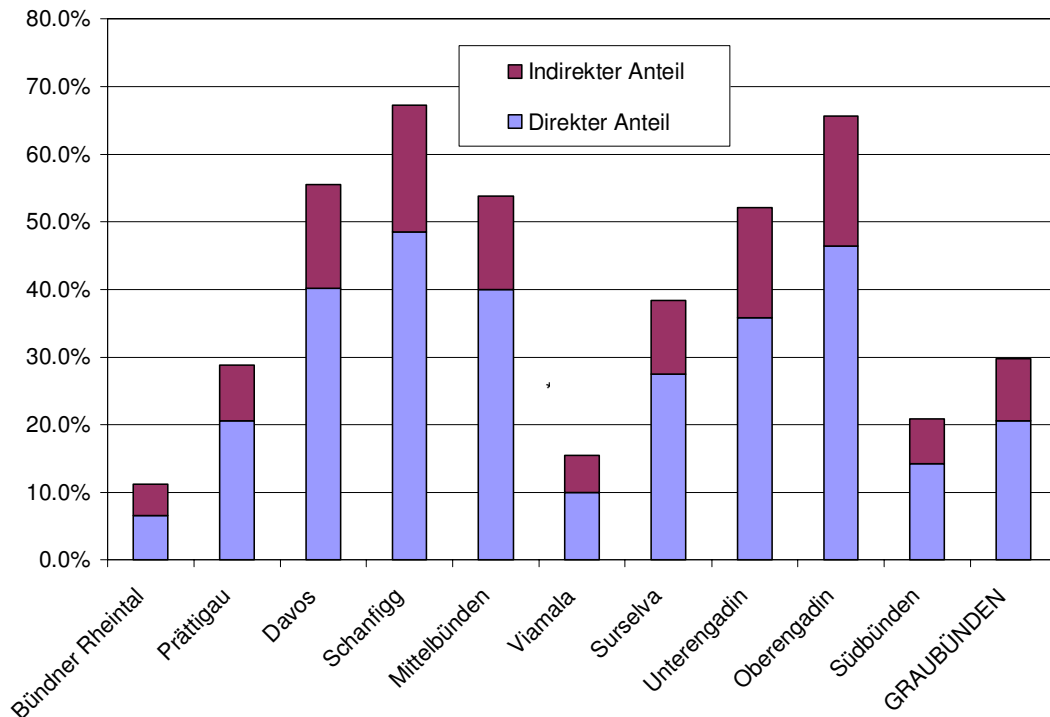


Abbildung 9: Bedeutung des Tourismus für die Wirtschaftsregionen (in Prozent)

Die touristische Abhängigkeit und die wirtschaftliche Diversifikation einer Region hängen eng zusammen. Dies zeigt sich zum einen darin, dass die regionalen Tourismusanteile negativ mit der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit korrelieren. Mit anderen Worten weisen wirtschaftlich schwächere Regionen tendenziell einen höheren Tourismusanteil auf. Zum anderen ist die touristische Abhängigkeit einer Region positiv mit der wirtschaftlichen Bedeutung der touristischen Leistungsträger und tourismusverwandten Branchen korreliert. So weisen Regionen, in denen diese Branchen einen höheren Anteil an der regionalen Wertschöpfung ausmachen, auch einen höheren Tourismusanteil auf.

Die folgende Abbildung vermittelt einen Eindruck dieses Zusammenhanges. Grundsätzlich ist festzustellen, dass die touristischen Leistungsträger und tourismusverwandte Branchen (untersuchte Branchen) einen hohen Anteil der Bruttowertschöpfung an der regionalen Gesamtwirtschaft (BIP) ausmachen. Je höher nun dieser Anteil ausfällt, je grösser ist die Tourismusintensität der Region. Der zweite Zusammenhang zwischen touristischer Abhängigkeit und Leistungsfähigkeit der Region ist weniger ausgeprägt. Wirtschaftlich stärkere Regionen wie das Bündner Rheintal oder die Surselva weisen tendenziell eine tiefere Tourismusintensität auf.

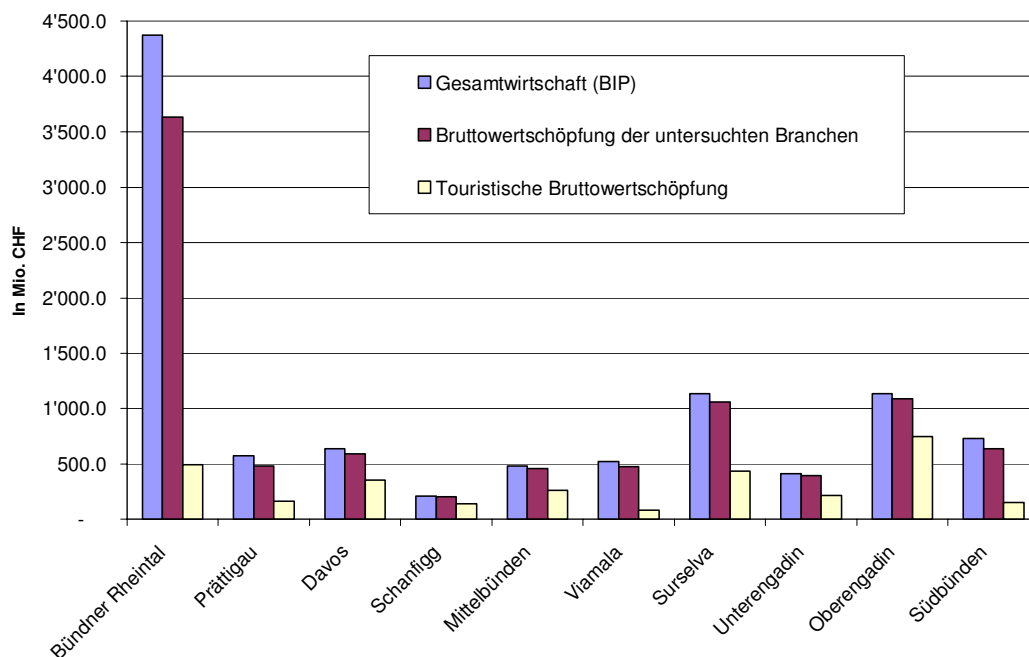


Abbildung 10: Touristische Bruttowertschöpfung im Verhältnis zum BIP nach Regionen

In den folgenden Abschnitten diskutieren wir die Resultate der einzelnen Regionen in der Reihenfolge der Darstellung in Abbildung 10.

4.2 Bündner Rheintal

Dem Bündner Rheintal gehört der Bezirk Landquart sowie die Kreise Chur und Rhäzüns an. Mit knapp 70'000 Einwohnern ist dies die bevölkerungsstärkste, flächenmässig (ca. 27'300 ha) jedoch die drittkleinste Region im Kanton Graubünden.

Das Bündner Rheintal ist die wirtschaftlich stärkste und zugleich die am wenigsten vom Tourismus abhängige Region des Kantons. Nichtsdestoweniger trägt diese Region mit 490.6 Mio. CHF den zweitgrössten Anteil an die bündnerische Tourismuswertschöpfung bei. Dieser doch eher unerwartete Sachverhalt ist zum einen darauf zurückzuführen, dass Unternehmen aus dem Rheintal umfangreiche Vorleistungen für die Tourismusregionen erbringen können. Das Rheintal profitiert somit stark von den hohen Tourismusintensitäten in den benachbarten Regionen. Vorleistungen und Investitionen machen rund einen Viertel (126.3 Mio. CHF) der touristischen Wertschöpfung aus. In allen anderen Regionen ist dieser Anteil kleiner als 20 Prozent.

Zum anderen erwirtschaftet diese Region mit rund 289.5 Mio. CHF auch eine relativ bedeutende direkt touristische Wertschöpfung. Auch diese ist teilweise auf die Zentrumsfunktion des Bündner Rheintals zurückzuführen. In Chur konzentriert sich

ein grosser Teil der Banken (Grossbanken, Hauptsitz Graubündner Kantonalbank). Mit über 57.7 Mio. CHF steuert der Finanzsektor einen bedeutenden Anteil zur direkt touristischen Wertschöpfung bei. Die Zentrumsfunktion des Rheintals schlägt sich auch in den Bereichen Eisenbahnen (Hauptsitz RhB) und Gesundheitswesen nieder. Sowohl die Eisenbahnen mit 25 Mio. CHF als auch das Gesundheitswesen mit 22.5 Mio. CHF erwirtschaften eine bedeutende direkt touristische Wertschöpfung. Darüber hinaus verfügt die Stadt Chur über eine grosse Anzahl Unternehmen im Detail- und im Gastgewerbe. Mit rund 58.5 Mio. CHF bzw. rund 34.5 Mio. CHF tragen diese Branchen einen wichtigen Anteil zum Gesamtergebnis bei. Als einzige Region weist hier das Gaststättengewerbe sogar eine höhere touristische Bruttowertschöpfung als das Beherbergungsgewerbe auf. Diese Branchen (Banken, Detailhandel, Gastgewerbe, Personenstrassenverkehr, Eisenbahnen und Gesundheitswesen) sind nun zusammen für über zwei Drittel der direkt touristischen Bruttowertschöpfung verantwortlich. Auf den Tourismus entfallen rund 11.2 % des regionalen Bruttoinlandproduktes.

4.3 Prättigau

Im Prättigau wohnen in 15 Gemeinden rund 14'700 Personen. Im Jahre 2003 betrug die Zahl der Erwerbstätigen rund 6'800. Das touristische Zentrum des Tales ist Klosters, das über ein grosses Sommer- und Winterangebot verfügt und stark mit der Tourismusregion Davos zusammenarbeitet. Das Vorder- und Mittelprättigau sind weniger stark touristisch ausgerichtet.

Die Region Prättigau erwirtschaftete im Jahr 2003 eine Bruttowertschöpfung von ca. 572.7 Mio. CHF. Davon entfällt etwas mehr als ein Viertel auf den Tourismus. Die touristische Wertschöpfung des Prättigaus liegt in der gleichen Grössenordnung wie diejenige des Schanfiggs. Die direkt touristische Wertschöpfung liegt im Prättigau bei 118.2 Mio. CHF und im Schanfigg bei 101.9 Mio. CHF. Auch die indirekt touristische Wertschöpfung (inkl. Einkommenseffekt) des Prättigaus (46.7 Mio. CHF) ist vergleichbar mit derjenigen des Schanfiggs (39.3 Mio. CHF). Während im Prättigau aber die touristische Abhängigkeit lediglich 28.8 Prozent beträgt, ist der Tourismusanteil der Schanfigger Wirtschaft mit 67.2 Prozent mehr als doppelt so hoch.

Beinahe zwei Drittel der direkten Tourismuswertschöpfung im Prättigau steuern die vier Branchen Beherbergungsgewerbe (29.4 Mio. CHF), Immobilienwesen (25.1 Mio. CHF), Baugewerbe (10.1 Mio. CHF) und Gaststättengewerbe (8.7 Mio. CHF) bei.

4.4 Davos

Davos ist die höchstgelegene Stadt in Europa (1'543 m.ü.M) und hat eine ständige Wohnbevölkerung von etwa 12'000 Personen. Mit einer Fläche von 25'448 ha ist die Landschaft Davos die zweitkleinste unserer Regionen. Veranstaltungen wie das World Economic Forum, der Spengler-Cup oder der Swiss Alpine Marathon haben die Region international bekannt gemacht.

Davos erwirtschaftete im letzten Jahr ein regionales Bruttoinlandprodukt von rund 636.2 Mio. CHF. Davon sind total CHF 352.8 Mio. CHF auf den Tourismus zurückzuführen, wobei die direkte Tourismuswertschöpfung rund 255.5 Mio. CHF (40.2 %) und die indirekte rund 97.3 Mio. CHF (15.3 %) beträgt. Mehr als die Hälfte der Davoser Wertschöpfung (55.5 %) wird damit durch den Tourismus erzielt. Nur das Oberengadin und das Schanfigg sind noch stärker vom Tourismus abhängig. Davos steuert mit 11.6 % den viertgrössten Anteil zur kantonalen touristischen Wertschöpfung bei.

Wie in anderen touristischen Regionen ist das Beherbergungs- und Gaststättengewerbe in Davos sehr zentral. Diese tragen mit 93.2 Mio. CHF rund 36.5 % an die direkt touristische Bruttowertschöpfung bei. Das Immobilienwesen erwirtschaftet mit rund 37.3 Mio. CHF eine doppelt so hohe touristische Wertschöpfung wie die Bergbahnen. Sowohl Banken als auch Detailhandel profitieren mit einer touristischen Wertschöpfung von je rund 21 Mio. CHF stark vom Gästeaufkommen. Besonders auffällig ist die hohe touristische Wertschöpfung des Davoser Gesundheitswesens. Neben dem öffentlichen Spital werden hier mehrere Höhen- und Kurkliniken betrieben. Die Branche generiert mit 18.4 Mio. CHF (7.2 %) einen nennenswerten Beitrag zur direkt touristischen Wertschöpfung in Davos.¹⁵

4.5 Schanfigg

Das Schanfigg mit dem Tourismuszentrum Arosa ist mit etwa 18'400 ha die flächenmässig kleinste und mit knapp 5'000 Einwohnern die bevölkerungsärmste Region. Im Bündnerland weist keine andere Region im Jahresvergleich so starke touristische Schwankungen auf wie das Schanfigg.

Arosa erwirtschaftet den Hauptteil der touristischen Wertschöpfung von total 141.2 Mio. CHF. Wie in anderen Tourismusregionen dominiert auch im Schanfigg die direkt mit Gästen generierte Wertschöpfung mit 101.9 Mio. CHF. Dies entspricht einem Anteil von 48.5 % an der regionalen Bruttowertschöpfung. Die indirekte Wertschöpfung ist mit 18.7 % bzw. 39.2 Mio. CHF bedeutend geringer. Dabei ist der Vorleistung- und Investitionseffekt etwas kleiner als der Einkommenseffekt. Somit beträgt der Tourismusanteil rund zwei Drittel der regionalen Bruttowertschöpfung

Aufgrund des geringen Gewichtes der regionalen Wertschöpfung erstaunt es wenig, dass die Region lediglich 4.6 % zur kantonalen touristischen Wertschöpfung beiträgt. Dies ist geringfügig weniger als der Beitrag der Südregionen.

Wie in anderen Regionen ist auch im Schanfigg das Beherbergungs- und Gaststättengewerbe eine tragende touristische Säule. Zusammen erwirtschaften diese zwei Branchen eine Wertschöpfung von CHF 47.2 Mio. CHF, was 46.3 % der direkt touristischen Wertschöpfung ergibt. Davon gehen weitere rund 20 % auf das Immobilienwesen zurück. Eine bedeutende direkt touristische Wertschöpfung erzielen auch die Branchen Detailhandel, Banken, Tourismusvereine und

¹⁵ Im Moment zeichnet sich im Davoser Gesundheitswesen allerdings ein Strukturwandel ab, der aller Voraussicht nach zu einer Reduktion der touristischen Wertschöpfung führen wird.

Bergbahnen. Gewichtig ist zudem der Beitrag der Baubranche, die eine direkte und indirekte touristische Wertschöpfung von rund 10.7 Mio. CHF generiert.

4.6 Mittelbünden

Die Gemeinden des Bezirkes Albula sowie diejenige des Kreises Churwalden (jedoch ohne Gemeinde Tschierschen) bilden die Region Mittelbünden. Mit Lenzerheide/Valbella, Bergün/Bravuogn, Savognin und Bivio verfügt diese Region über verschiedene touristische Zentren. Mittelbünden zählt knapp 11'000 Einwohner, rund 5'060 Erwerbstätige und umfasst eine Fläche von beinahe 78'000 ha.

Die Erwerbstätigen erwirtschafteten im letzten Jahr ein regionales Bruttoinlandprodukt von rund 484.9 Mio. CHF. Der Tourismus steuert dazu rund 260.8 Mio. CHF oder 53.8 % bei. Während die direkt touristische Wertschöpfung rund 193.6 Mio. CHF beträgt, werden über Vorleistungen, Investitionen und Einkommen rund 67.2 Mio. CHF erwirtschaftet. Damit steuert Mittelbünden einen höheren Beitrag zur bündnerischen touristischen Wertschöpfung bei als die Regionen Prättigau und Viamala zusammen.

Im Verhältnis zur touristischen Bruttowertschöpfung weist Mittelbünden von allen Regionen den geringsten Anteil an Vorleistungen und Investitionen auf. Das Beherbergungs- und Gaststättengewerbe ist auch hier zentral und leistet etwa ein Drittel zur direkt touristischen Wertschöpfung. Wie im Schanfigg erwirtschaften auch hier die Baubranche und der Detailhandel eine regional bedeutsame Tourismuswertschöpfung. Auffällig an der Zusammensetzung der touristischen Wertschöpfung der Region ist aber der hohe Anteil des Immobilienwesens (22.1 %), der auf die hohe Zahl von Ferienwohnungen und –häuser in der Region zurückzuführen ist.

4.7 Viamala

Die Region Viamala ist ein künstliches Gebilde und umfasst die Subregionen Heinzenberg/Domleschg sowie Hinterrhein. Sie erstreckt sich somit von der Gemeinde Rothenbrunnen bis zum Nordportal des San Bernardino-Tunnels. Eine starke Zentrumsfunktion übernimmt in dieser Region die Gemeinde Thusis.

Die Region Viamala generiert mit rund 81.0 Mio. CHF von allen Bündner Regionen die tiefste touristische Wertschöpfung. Auch die relative Bedeutung des Tourismus ist nicht allzu hoch, denn es sind lediglich rund 15.5 % der regionalen Wertschöpfung touristisch. Damit ist die touristische Abhängigkeit der Region Viamala etwas höher als diejenige des Bündner Rheintals (11.2 %). Während die Region Hinterrhein stärker touristisch ausgerichtet ist, verfügt das Domleschg über ähnliche Wirtschaftsstrukturen wie das Bündner Rheintal. Dies zeigt sich auch daran, dass in der Region Viamala ein bedeutender Anteil der touristischen Wertschöpfung (rund 20.3 %) auf Vorleistungen und Investitionen entfällt. Wie das Bündner Rheintal profitiert die Region Viamala somit als Zulieferer für andere Tourismusregionen.

4.8 Surselva

Mit 147'110 ha ist die Surselva die flächenmässig grösste Region im Kanton Graubünden. Das Gebiet erstreckt sich von der Gemeinde Trin bis zum Piz Badus, die Seitentäler Val Medel, Lugnez, Valsertal und Safiental einschliessend. Die 45 Gemeinden haben eine Bevölkerung von über 25'000 Einwohnern. Mit der Alpenarena (Flims-Laax-Falera), Vals, Region Obersaxen/Piz Mundaun, Region Waltensburg/Brigels/Andiast, Disentis/Mustér und Sedrun verfügt das Bündner Oberland über mehrere bekannte Tourismusdestinationen.

Das Bündner Oberland erreicht mit einer touristischen Bruttowertschöpfung von total 436.2 Mio. CHF den dritten Platz aller Regionen. Der direkte Beitrag ist mit 312.7 Mio. CHF leicht höher als derjenige des Bündner Rheintals. Hingegen generiert diese Region mit 56.9 Mio. CHF nicht einmal halb so viel touristische Wertschöpfung über Vorleistungen und Investitionen wie das Bündner Rheintal.

Die Bergbahnen in der Surselva erwirtschaften mit rund 32.2 Mio. CHF einen hohen Beitrag an die touristische Wertschöpfung. Dies ist der höchste Wert in allen Regionen und entspricht etwa der kumulierten Wertschöpfung der Bergbahnen in Davos und in Mittelbünden. Ebenfalls eine stark touristische Abhängigkeit weist das Oberländer Baugewerbe auf. Die direkt touristische Bruttowertschöpfung erreicht mit 16.6 Mio. CHF beinahe den gleich hohen Wert wie im Oberengadin. Der indirekte Anteil im Baugewerbe ist in der Surselva mit 22.5 Mio. CHF allerdings bedeutend tiefer als im Oberengadin. Ähnlich wie die Region Mittelbünden ist auch das Immobilienwesen für die touristische Wertschöpfung der Surselva von grosser Bedeutung. Die Branche generiert rund 92.1 Mio. CHF an touristischer Wertschöpfung, was beinahe einen Viertel des direkten und indirekten Tourismusanteils ausmacht. Wie in tourismusstarken Regionen üblich, sind auch in der Surselva die Beherbergungs- und Gaststättengewerbe, der Detailhandel und die Banken von zentraler Bedeutung. Die Öffentliche Verwaltung erreicht mit 13.8 Mio. CHF direkter und indirekter touristischer Wertschöpfung etwa den gleich hohen Wert wie die Landschaft Davos.

Die touristischen Leistungsträger und die tourismusverwandten Branchen in der Surselva tragen mit 14.3 % einen wesentlichen Anteil an die kantonale touristische Wertschöpfung bei.

4.9 Unterengadin

Das Unterengadin erstreckt sich dem Inn entlang von der Gemeinde Susch bis nach Martina. Ebenfalls zu dieser Region gehört die Zollfreiregion Samnaun. Das Unterengadin umfasst eine Fläche von 99'814 ha und zählt rund 7'400 Einwohner. Mit dem Skigebiet und dem Thermalbad nimmt Scuol eine wichtige Zentrumsfunktion im Unterengadin wahr. Die gesamte Region beschäftigte im Jahr 2003 total 4'925 Personen.

Die touristische Wertschöpfung des Unterengadins ist mit total 215.1 Mio. CHF rund 3.5 Mal geringer als diejenige des Oberengadins. Sowohl die absolute Tourismus-

wertschöpfung als auch die regionale Bedeutung des Tourismus ähneln vielmehr derjenigen der Region Mittelbünden.

Das Unterengadin generiert eine direkt touristische Wertschöpfung von rund 148 Mio. CHF und eine indirekt touristische von rund 67. Mio. CHF. In der Gesamtbetrachtung entspricht der touristisch induzierte Anteil rund 52.1 % der regionalen Bruttowertschöpfung. Die östlichste Region von Graubünden leistet auf diese Weise einen Anteil von rund 7.1 % an die kantonale touristische Wertschöpfung.

Der Detailhandel generiert im Unterengadin mit 17 Mio. CHF einen hohen Anteil direkt und indirekt mit Gästen. Das Gastgewerbe trägt mit beinahe 60 Mio. CHF etwa einen Drittel zur direkt touristischen Wertschöpfung bei. Auch die Banken und das Baugewerbe profitieren stark vom Tourismus. Das Immobilienwesen steuert mit CHF 18.4 Mio. CHF einen beachtlichen Anteil zur regionalen touristischen Wertschöpfung bei.

4.10 Oberengadin

St. Moritz und seine Nachbargemeinden zählen zu den bedeutendsten, ältesten und wirtschaftlich auch stärksten Tourismusdestinationen der Schweiz. Das Oberengadin ist wie kaum eine andere Bündner Region in der Lage, internationale Gäste aus gehobenen Kreisen anzuziehen. Diese Region von Sils i.E. bis S-chanf umfasst ca. 17'300 Einwohner und ist flächenmässig nur etwa halb so gross wie die Surselva.

Das Oberengadin leistet mit 24.5 % den mit Abstand höchsten Beitrag an die kantonale touristische Bruttowertschöpfung von rund 3.04 Mrd. CHF. Der regionalen Bruttowertschöpfung von rund 1'134.6 Mio. CHF steuert der Tourismus rund 744.9 Mio. CHF bei. Davon wiederum wird ein grosser Anteil (526.2 Mio. CHF) direkt mit Gästen erzielt.

Wie in den übrigen Tourismusregionen sticht auch hier die sehr hohe touristische Abhängigkeit der Beherbergungs- und Gaststättengewerbe ins Auge. Diese zwei Branchen generieren direkt mit Gästen eine Wertschöpfung von beinahe 200 Mio. CHF. Auffallend ist zudem die enorme touristische Bautätigkeit. Die touristische Wertschöpfung des Oberengadiner Baugewerbes von rund 55.8 Mio. CHF übersteigt beispielsweise diejenige der Eisenbahnen in ganz Graubünden. Ebenso wichtig wie der Baubereich ist der Detailhandel, der beinahe 60 Mio. CHF direkt und indirekt mit Gästen generiert. Der Grosshandel erreicht mit 12.8 Mio. CHF eine fast so grosse touristische Wertschöpfung wie im Bündner Rheintal.

Die starke touristische Abhängigkeit der Region ist auch eine Folge von hohen Tourismusanteilen in den Branchen Personenstrassenverkehr, Banken, Öffentliche Verwaltung, Tourismusvereine oder Immobilienwesen. Letztere generiert mit über 70 Mio. CHF hinter der Surselva die zweitgrösste touristische Wertschöpfung aller Bündner Regionen.

4.11 Südbünden

Die fünf Subregionen Calanca, Misox, Bergell, Poschiavo und Münstertal bilden die Region Südbünden, die eine Fläche von rund 118'300 ha aufweist und eine Bevölkerung von etwa 15'000 Einwohnern beheimatet. Obwohl die einzelnen Subregionen sehr unterschiedlich sind, weisen sie doch einige Gemeinsamkeiten auf. Aufgrund der geographischen Lage ist die regionale Wirtschaft stark nach Süden orientiert. Während im übrigen Kanton Graubünden die Wintersaison von zentraler Bedeutung ist, konzentrieren sich die Regionen Südbündens auf den Sommer-tourismus.

Die fünf Südtäler steuern zusammen lediglich rund 5 % zur kantonalen touristischen Wertschöpfung bei. Die direkt mit Gästen erwirtschaftete Wertschöpfung (104.1 Mio. CHF) ist ähnlich wie diejenige des Schanfiggs. Etwa halb so gross ist die indirekte touristische Wertschöpfung, die sich aus rund 25.6 Mio. CHF Vorleistungen und Investitionen und rund 23.4 Mio. CHF Einkommenseffekt zusammensetzt. Nur in den Regionen Rheintal und Viamala ist der Beitrag der Vorleistungen und Investitionen an die regionale Tourismuswertschöpfung noch grösser.

Die relativ grosse Bedeutung der indirekten Tourismuswertschöpfung ist teilweise auf den Grosshandel, die Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung sowie die Dienstleistungen für Unternehmen zurückzuführen. Weil einige grössere Unternehmen als Zulieferer des Tourismus auftreten, können diese Branchen rund 8.1 Mio. CHF oder ein Drittel der indirekt touristischen Wertschöpfung erzielen.

Wie im Schanfigg und Mittelbünden wird auch in Südbünden fast zwei Drittel der direkten touristischen Wertschöpfung im Beherbergungs- und Gaststättengewerbe sowie im Immobilienwesen erwirtschaftet.

5 Die Bedeutung des Tourismus für den Kanton Graubünden

Die beiden vorangehenden Abschnitte diskutierten die Bedeutung des Tourismus in den einzelnen Branchen und Regionen. In diesem Abschnitt analysieren wir nun die Tourismusintensität der gesamten Bündner Wirtschaft und präsentieren die auf Kantonsebene aggregierten Resultate. Zudem wird der Einfluss des Tourismus auf die Zahl der Arbeitsplätze diskutiert.

5.1 Zusammensetzung der touristischen Wertschöpfung

Vom gesamten, in allen zehn Bündner Regionen erwirtschafteten Bruttoinlandprodukt in der Höhe von rund 10.2 Mrd. CHF sind rund 3.04 Mrd. CHF auf den Tourismus zurückzuführen. Mit einem Wertschöpfungsanteil von rund 29.8 % ist der Tourismus ein tragender Pfeiler der Bündner Wirtschaft.

Die folgende Abbildung zeigt die Zusammensetzung der touristischen Wertschöpfung in Graubünden im Detail. Die touristischen Leistungsträger und die tourismusverwandten Branchen generieren zusammen rund 56.5 % ihrer Wertschöpfung in direktem Kontakt mit dem Gast. Berücksichtigt man zusätzlich die direkte Tourismuswertschöpfung des Immobilienwesens, erhöht sich dieser Anteil auf über zwei Drittel. Somit entfällt rund ein Drittel auf die indirekte Tourismuswertschöpfung. Die Einkommenseffekte des Tourismus (15.3%) sind etwa gleich bedeutend wie die Wertschöpfung, die durch touristische Vorleistungen und Investitionen (15.6 %) erzielt wird. In absoluten Zahlen ausgedrückt beläuft sich die direkt touristische Wertschöpfung auf rund 2'101.8 Mio. CHF. Auf den Einkommenseffekt entfallen rund 463.8 Mio. CHF und auf die indirekt touristische Wertschöpfung via Vorleistungen und Investitionen rund 938.8 Mio. CHF.

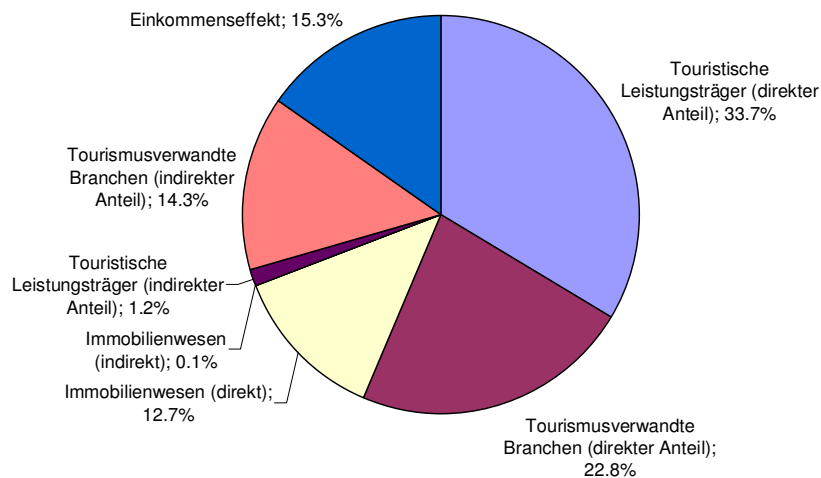


Abbildung 11: Zusammensetzung der kantonalen touristischen Wertschöpfung nach Bereichen

In Abschnitt 4 haben wir in der Besprechung der regionalen Bedeutung des Tourismus auch Bezug genommen auf den Anteil, den die einzelnen Regionen an die kantonale Tourismuswertschöpfung beisteuern. Abbildung 12 zeigt die regionale Zusammensetzung der Tourismuswertschöpfung.

Das Oberengadin steuert mit rund einem Viertel (24.5 %) den mit Abstand grössten Anteil zur kantonalen touristischen Wertschöpfung bei. Obwohl das Bündner Rheintal die geringste relative Abhängigkeit vom Tourismus aufweist, generiert es die zweitgrösste touristische Wertschöpfung (16.1 %) im Kanton. Die Surselva (14.3 %) und Davos (11.6%) folgen auf den nächsten Plätzen. Rund zwei Drittel der kantonalen touristischen Wertschöpfung wird in diesen vier Regionen erzielt, so dass auf die restlichen sechs Regionen ein Anteil von lediglich einem Drittel entfällt. Wie Abbildung 12 zeigt, wird in Mittelbünden rund 8.6 % und im Unterengadin rund 7.3 % der Tourismuswertschöpfung von Graubünden erzielt. Das Prättigau (5.4 %), das Schanfigg (4.6%) und Südbünden (5.0 %) generieren zusammen etwa eine ähnlich hohe Wertschöpfung wie die Region Surselva. Der Beitrag der Region Viamala (2.7 %) an die kantonale Tourismuswertschöpfung ist vergleichsweise bescheiden.

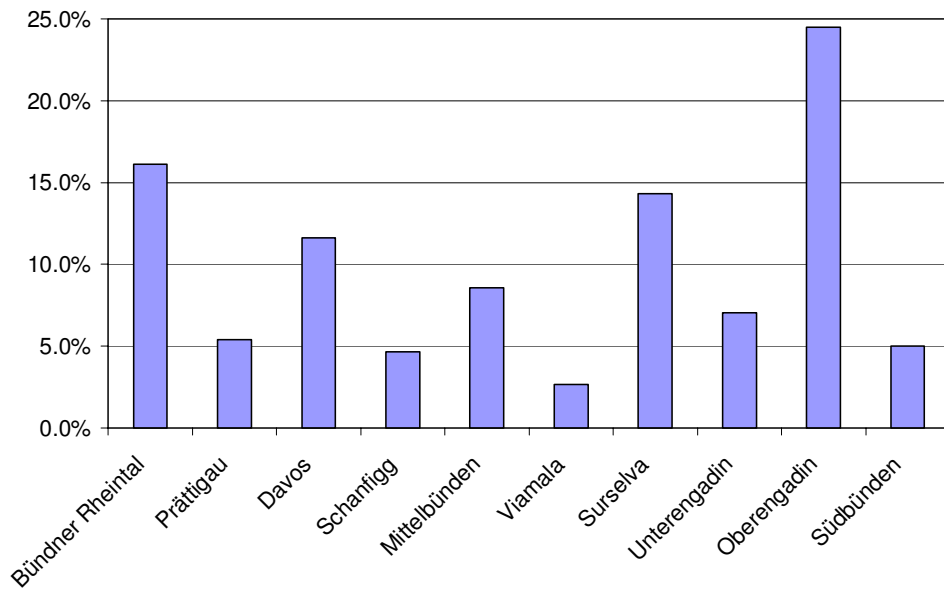


Abbildung 12: Regionaler Beitrag zur kantonalen touristischen Wertschöpfung

5.2 Arbeitskräfte im Tourismus

Der Tourismus produziert nicht nur ein erhebliches Mass an Wertschöpfung, er ist auch ein wichtiger Arbeitgeber. Im Bündnerland waren im Jahre 2003 im zweiten und dritten Sektor knapp 100'000 Personen erwerbstätig. Da viele von diesen Personen nur Teilzeit angestellt sind, ist die Zahl der Beschäftigten (Vollzeitäquivalente) mit über 80'000 deutlich geringer.¹⁶ Von den Bündner Erwerbstätigen sind rund 90 Prozent in den tourismusrelevanten Branchen (touristische Leistungsträger, tourismusverwandte Branchen und Immobilienwesen) beschäftigt (vgl. Tabelle 5). Die Anstellung von mehr als 29'000 Personen ist direkt oder indirekt auf den Tourismus zurückzuführen. Umgerechnet in Vollzeitäquivalente bedeutet dies, dass der Tourismus im Kanton Graubünden rund 24'000 Stellen zur Verfügung stellt.¹⁷

Der Beschäftigungsanteil des Tourismus ist aufgrund von zwei Faktoren nicht einfach mit dem Wertschöpfungsanteil gleichzusetzen. Zum einen generiert die Nutzung und Vermietung von Immobilien durch Privatpersonen zwar eine grosse touristische Wertschöpfung, hat aber keinen Einfluss auf die Beschäftigung. Lediglich die Immobilienbranche, die einen vergleichsweise tieferen Tourismusanteil aufweist, stellt Arbeitsplätze zur Verfügung. Zum anderen weisen die touristischen Leistungsträger eine geringere Produktivität pro Mitarbeiter auf als die übrigen

¹⁶ Der Primärsektor wurde aufgrund der problematischen Berechnung der Vollzeitäquivalente im Landwirtschaftsbereich nicht berücksichtigt.

¹⁷ Da keine aktuellen Daten der VZÄ für den Kanton im Jahre 2003 zur Verfügung stehen, wurde die Beschäftigtenzahl nach Vollzeitäquivalenten mit Hilfe der Betriebszählungsdaten von 2001 geschätzt. Dabei wurde unterstellt, dass sich die Zahl der Erwerbstätigen seit 2001 gleich wie die Zahl der VZÄ entwickelt hat.

Branchen. Diese zwei Einflussfaktoren kompensieren sich, so dass der Beschäftigtenanteil des Tourismus im Falle der Vollzeitäquivalenten rund 29.9 % und im Falle der Erwerbstätigen rund 29.4 % beträgt.

Tabelle 5: Erwerbstätige und Beschäftigte der tourismusrelevanten Branchen im Jahre 2003

Bereich	Erwerbstätige Total	Erwerbstätige Tourismus	Beschäftigte (VZÄ) Tourismus
Touristische Leistungsträger	24'279	16'583	14'161
Tourismusverwandte Branchen ¹⁸	64'249	12'374	10'024
Immobilienwesen (nur Immobilienbranche)	627	241	166
Total tourismusrele- vante Branchen	89'155	29'197	24'351
Total Sektor 2 und 3	99'310		

5.3 Vergleich mit anderen Schweizer Tourismuskantonen

Wie die bisherigen Ausführungen gezeigt haben, spielt der Tourismus für die kantonale Ökonomie eine entscheidende Rolle. Obwohl Wertschöpfungsstudien für andere Kantone eine von unserer Untersuchung leicht abweichende Methodik verwendet haben und (im Falle von Bern) bereits relativ weit zurück in der Vergangenheit durchgeführt wurden, möchten wir die Tourismusintensitäten der Kantone Wallis und Bern mit unseren Resultaten vergleichen.

Abbildung 13 zeigt die wirtschaftliche und touristische Leistungsfähigkeit der Kantone Graubünden, Wallis und Bern.¹⁹ Während das kantonale Bruttoinlandprodukt vom Wallis in der Grössenordnung desjenigen von Graubünden liegt, hat der Kanton Bern eine rund viermal höhere wirtschaftliche Leistungsfähigkeit.²⁰ Die touristische Bruttowertschöpfung der drei Kantone liegt in einer ähnlichen Grössenordnung.

¹⁸ Ohne Landwirtschaft.

¹⁹ Siehe Berwert et al. (2001) für das Wallis und Guhl et al. (1995) für den Kanton Bern.

²⁰ Das kantonale Bruttoinlandprodukt im Kanton Wallis im Jahre 2003 hat sich gegenüber dem Jahr 2000 kaum verändert. Hingegen weist der Kanton Bern im Jahre 2003 ein Bruttoinlandprodukt von beinahe CHF 52.5 Mrd. CHF auf, was eine Erhöhung gegenüber dem Erhebungsjahr 1994 von rund 23 % entspricht (Quelle: BAK).

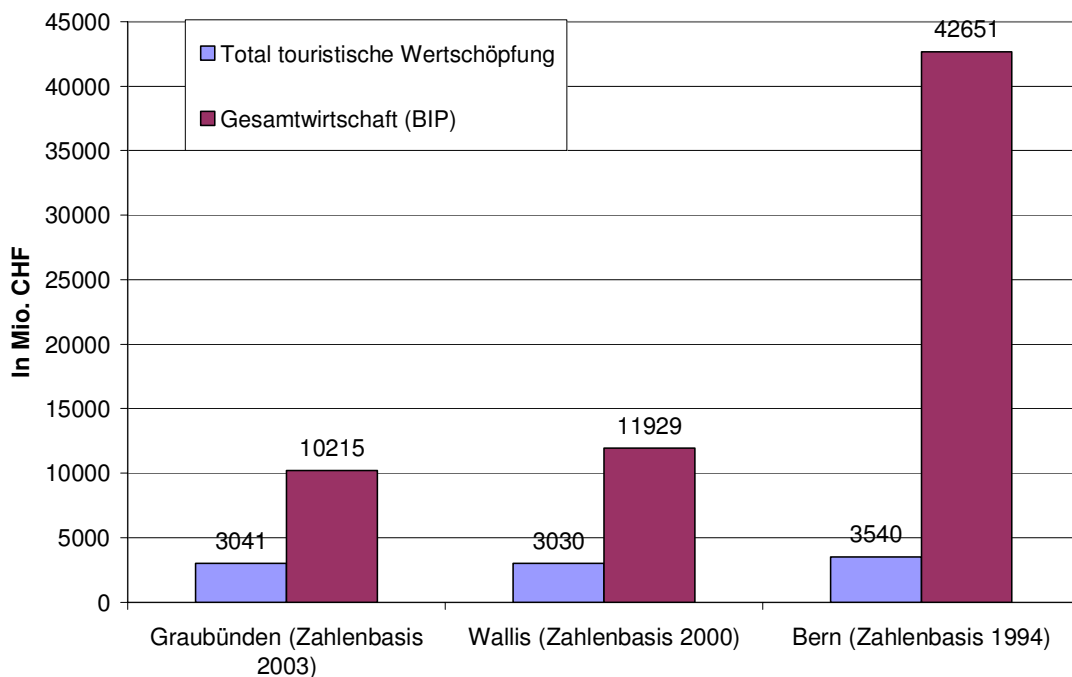


Abbildung 13: Touristische Bruttowertschöpfung und Gesamtwirtschaft (BIP) in Mio. CHF in Graubünden, Wallis und Bern

Quelle: Guhl et al. (1995), Berwert et al. (2001), eigene Darstellung

Obwohl der Vergleich der touristischen Wertschöpfung im Niveau kaum zulässig ist, deutete Abbildung 13 bereits an, dass die Tourismusintensitäten der drei Kantone stark unterschiedlich sind. Abbildung 14 vergleicht nun die Wertschöpfungsanteile des Tourismus (direkter und indirekter Anteil inkl. Einkommenseffekt) an den jeweiligen kantonalen Wirtschaften.

Der Kanton Graubünden weist die grösste touristische Abhängigkeit der drei Kantone auf. Während in Graubünden rund 30 Prozent der Bruttowertschöpfung touristisch erwirtschaftet wird, sind es im Kanton Wallis rund 25 Prozent und im Kanton Bern lediglich rund 8 Prozent.

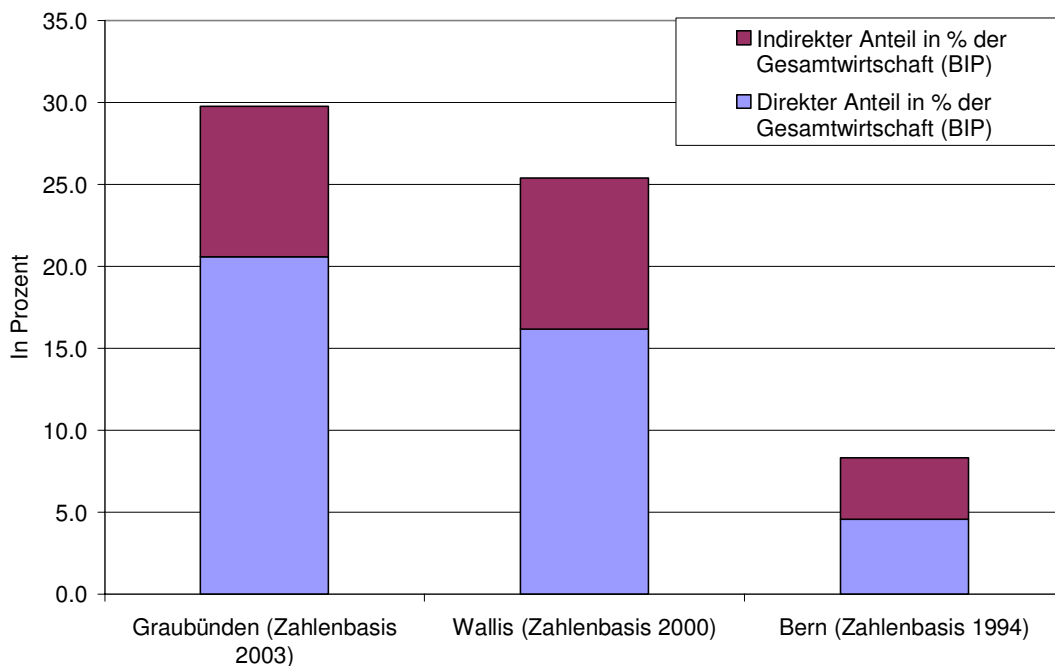


Abbildung 14: Touristische Wertschöpfung in Prozent der Gesamtwirtschaft (BIP) in Graubünden, Wallis und Bern

Quelle: Guhl et al. (1995), Berwert et al. (2001), eigene Darstellung

Auch der Vergleich von verschiedenen Tourismusregionen bestätigt die grosse touristische Abhängigkeit der Bündner Wirtschaft. Die Abbildung 15 stellt einige Bündner Wirtschaftsregionen dem Oberwallis, Mittelwallis, Unterwallis und dem Berner Oberland gegenüber.

In Graubünden scheinen im Vergleich zum Wallis die regionalen Unterschiede sehr viel ausgeprägter zu sein. Dies hat allerdings nur zum Teil mit den unterschiedlichen Tourismusintensitäten zu tun. Es gilt auch zu berücksichtigen, dass im Wallis weniger und somit grössere Regionen definiert worden sind. Dies hat zur Folge, dass starke Unterschiede zwischen einzelnen Subregionen ausgeglättet werden.

Die hohe touristische Abhängigkeit des Oberengadins im Vergleich zu den Walliser Regionen ist dennoch augenfällig. Abbildung 15 zeigt auch, dass der Tourismus in der Surselva eine ähnliche Bedeutung aufweist wie im Oberwallis, der am stärksten vom Tourismus abhängigen Walliser Region. Obwohl die fünf Südtäler im Vergleich zu anderen Bündner Regionen eine eher tiefe touristische Abhängigkeit aufzuweisen scheinen, ist der Tourismus für Südbünden etwa so bedeutsam wie für das Unter- und Mittelwallis. Das Prättigau weist etwas höhere Tourismusanteile auf als das Mittelwallis und das Berner Oberland. Demgegenüber ist der Tourismus für das Bündner Rheintal deutlich weniger von Bedeutung als für die Walliser Regionen.

Es kann somit erstens festgehalten werden, dass die Regionen Schanfigg, Oberengadin, Davos, Mittelbünden, Unterengadin und Surselva stärker vom Tourismus abhängen als die Walliser und Berner Tourismusregionen. Im Vergleich zu diesen sind die Regionen Bündner Rheintal und Viamala aber deutlich weniger stark touristisch.

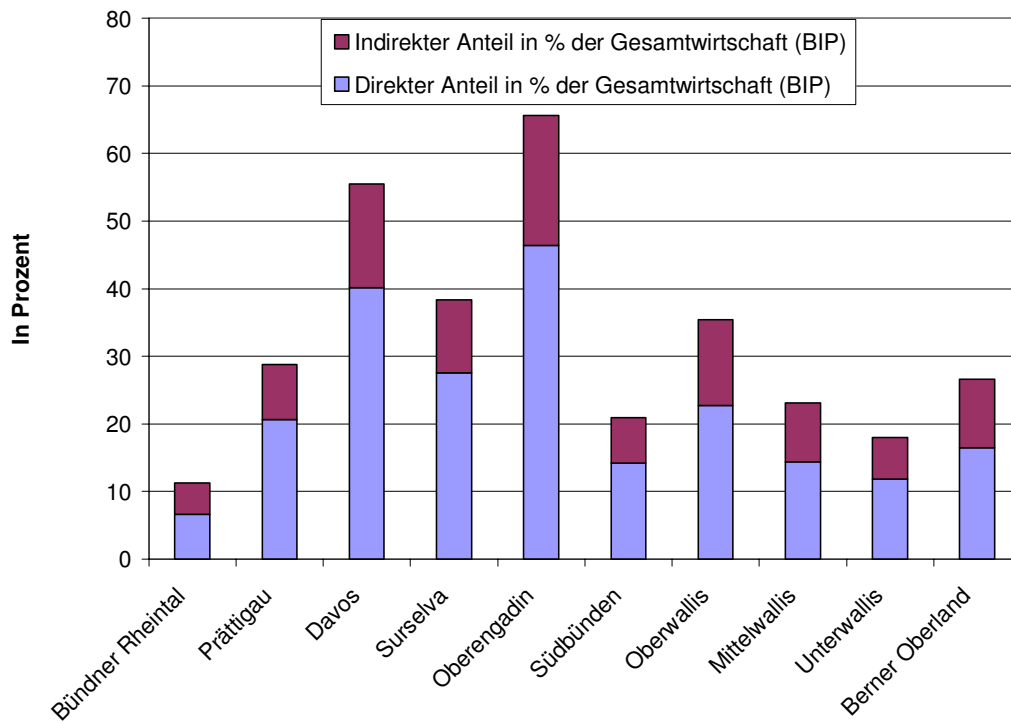


Abbildung 15: Touristische Wertschöpfung im Verhältnis zur Gesamtwirtschaft (BIP) in verschiedenen Regionen der Schweiz

Quelle: Guhl et al. (1995), Berwert et al. (2001), eigene Darstellung

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Definitionen Gäste	9
Abbildung 2:	Gesamtunternehmensleistung, Brutto- und Nettowertschöpfung	11
Abbildung 3:	Die Regionen des Kantons Graubünden	14
Abbildung 4:	Berechnungs-Schritte der touristischen Wertschöpfung.....	16
Abbildung 5:	Tourismusanteile der touristischen Leistungsträger	26
Abbildung 6:	Total Bruttowertschöpfung der touristischen Leistungsträger im Vergleich mit der touristischen Bruttowertschöpfung in Mio. CHF.	27
Abbildung 7:	Tourismusanteile der tourismusverwandten Branchen und Immobilienwesen.....	31
Abbildung 8:	Total Bruttowertschöpfung der tourismusverwandten Branchen und dem Immobilienwesen im Vergleich mit der touristischen Bruttowertschöpfung in Mio. CHF	32
Abbildung 9:	Bedeutung des Tourismus für die Wirtschaftsregionen	41
Abbildung 10:	Touristische Bruttowertschöpfung im Verhältnis zum BIP nach Regionen	42
Abbildung 11:	Zusammensetzung der kantonalen touristischen Wertschöpfung nach Bereichen.....	50
Abbildung 12:	Regionaler Beitrag zur kantonalen touristischen Wertschöpfung ..	51
Abbildung 13:	Touristische Bruttowertschöpfung und Gesamtwirtschaft (BIP) in Mio. CHF in Graubünden, Wallis und Bern	53
Abbildung 14:	Touristische Wertschöpfung in Prozent der Gesamtwirtschaft (BIP) in Graubünden, Wallis und Bern	54
Abbildung 15:	Touristische Wertschöpfung im Verhältnis zur Gesamtwirtschaft (BIP) in verschiedenen Regionen der Schweiz	55

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Gliederung der tourismusrelevanten Branchen.....	13
Tabelle 2:	Datenerhebung nach Branchen; touristische Leistungsträger.....	17
Tabelle 3:	Datenerhebung nach Branchen; tourismusverwandte Branchen	18
Tabelle 4:	Datenerhebung nach Branchen; Immobilienwesen.....	19
Tabelle 5:	Erwerbstätige und Beschäftigte der tourismusrelevanten Branchen	52

Literaturverzeichnis

Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden (2004): Graubünden in Zahlen -
Durchblick 2003, Chur.

Berwert, A. / Landolt, M. / Rütter, H. / Rütter-Fischbacher, U. (2001): Der Tourismus
im Wallis. Wertschöpfungsstudie. Visp, nbv Druck AG.

Berwert, A. / Rütter-Fischbacher, U. (2001): Der Tourismus im Kanton Baselland.
Wertschöpfungsstudie. Zürich.

Berwert, A. / Gaillard, G. / Rütter, H. (2003): Satellitenkonto Tourismus der Schweiz.
Grundlagen, Methodik und Ergebnisse. In Bundesamt für Statistik (Hrsg.), Statistik
der Schweiz, 10 Tourismus. Bern.

Dietz, K. / Posti, M. / Zegg, R. (1997): Das Unternehmen Arosa. Eine kleine (Logier-)
Nachtmusik über die touristische Wertschöpfung. Chur, Grischconsulta AG.

Eisenhut, P. (2004): Aktuelle Volkswirtschaftslehre. Ausgabe 2004/2005. Chur,
Verlag Rüegger.

Gschwend, M. / Matter, H.J. / Zegg, R. (2000): Wertschöpfung 2000 Bergbahnen
Graubünden. Wie aus Natur, Technik und Emotionen Einkommen entsteht. Chur,
Grischconsulta AG.

Guhl, D. / Müller, H. / Rütter, H. (1996): Wertschöpfer Tourismus. Ein Leitfaden zur
Berechnung der touristischen Gesamtnachfrage, Wertschöpfung und Beschäftigung
in 13 pragmatischen Schritten. Bern.

Guhl, D. / Müller, H. / Rütter, H. / Stettler, J. (1995): Tourismus im Kanton Bern.
Wertschöpfungsstudie. Schriftenreihe Studien zu Freizeit und Tourismus.
Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus. Rüşchlikon/Bern.

Graubündner Kantonalbank / Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden (2004):
Weitblick 2005. Prognosen Graubünden 2004-2005. Südostschweiz Print AG, Chur.

Huber, F. / Maag, C. / Müller, P. / Schnyder, R. / Vogt, T. (2002):
Wertschöpfungsstudie Bündner Herrschaft. Gruppendiplomarbeit HTW Chur. Mimeo.

Riner, A. / Rütter, H. / Zegg, R. (1993): Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus
in der Region Mittelbünden. Chur, Grischconsulta AG.

Rütter H. / Stettler, J. / et al. (2002): Volkswirtschaftliche Bedeutung von
Sportanlässen in der Schweiz. Schlussbericht KTI Projekt. Luzern.